



Stanje kulture čitanja među srednjoškolskim učenicima u Hrvatskoj: rezultati ankete

Bralna kultura srednješolcev v Republiki Hrvaški: rezultati ankete

The state of reading culture among secondary school students in Croatia: survey results

Andreja Zubac

Oddano: 11. 3. 2018 - Sprejeto: 31. 8. 2018

1.02 Pregledni znanstveni članek

1.02 Review article

UDK 028-057.874(497.5)

Sažetak

Svrha: U radu je prikazana teorijska pozadina i rezultati istraživanja s ciljem osnaživanja i razvoja kulture čitanja učenika srednjih škola. Koncept kulture čitanja učenika srednjih škola povezuje se s putem knjige.

Metodologija/pristup: Istraživanje pokazuje rezultate nacionalnog istraživanja provedenog u Republici Hrvatskoj u kojem su sudjelovali učenici srednjih škola. Korišteni instrument je upitnik. Istraživanje je bilo anonimno, a ispitan je 251 sudionik. Dobiveni uzorak je prigodan i nije reprezentativan. Rezultati istraživanja obrađeni su u računalnom programu Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) deskriptivnom statistikom i izraženi su u postotcima.

Analiza/rezultati: Prema obrađenom uzorku, rezultati dobiveni ovim istraživanjem pokazali su da skoro jedna trećina ispitanih učenika u Hrvatskoj nema razvijenu kulturu čitanja. Međutim, dvije trećine ispitanika pročitao je mjesečno barem jednu knjigu. U istraživanju je sudjelovao manji broj srednjoškolskih ispitanika na razini Hrvatske pa uzorak nije reprezentativan. Istraživanje je pokazalo da je potrebno unaprijediti informacijske kanale kako bi informacije i knjige dospjele do učenika, potencijalnog čitatelja.

Ograničenja istraživanja: Uzorak je nereprezentativan zbog nezainteresiranosti učenika za rješavanje anketnog upitnika.

Izurnost/primjenjivost istraživanja: Istraživanje je polazište za daljnja istraživanja o kulturi čitanja srednjoškolskih učenika. U Hrvatskoj nedostaje nacionalnih reprezentativnih i sveobuhvatnih istraživanja ovakve vrste pa se pretpostavlja da će dobiveni rezultati ankete biti nove hipoteze budućim istraživanjima.

Ključne riječi: *kultura čitanja, srednjoškolski učenici, Hrvatska*

Izveček

Namen: Prispjevek podaja teoretske podlage in rezultate raziskave z namenom razvoja bralne kulture pri srednješolcih. Pojem bralne kulture pri srednješolcih se povezuje s potjo knjige.

Metodologija/pristop: Predstavljeni so rezultati nacionalne raziskave učencev srednjih šol v Republici Hrvaški. Uporabljena je bila anketna metoda. Raziskava je bila anonimna. Vzorec anketirancev je bil priložnostni, anketirancev je bilo 251. Rezultati raziskave so bili obdelani s pomočjo računalniškega programa Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) z deskriptivno statistiko in so izraženi v odstotkih.

Analiza/rezultati: Pridobljeni podatki kažejo, da skoraj ena tretjina anketirancev, učencev srednjih šol na Hrvaškem, nima razvite bralne kulture. Vendarle pa sta dve tretjini anketirancev prebrali vsaj eno knjigo na mesec. V anketi je sodelovalo manjše število anketirancev na ravni Hrvaške, zato vzorec ni reprezentativen. Raziskava je pokazala, da je treba izboljšati informacijske kanale, da bi tako lahko informacije in knjige dosepele do učencev, potencialnih bralcev.

Omejitve raziskave: Nezainteresiranost učencev za sodelovanje v anketi, ki je posledično pomenila nereprezentativni vzorec.

Izurnost/uporabnost raziskave: Raziskava predstavlja izhodišče za nadaljnje raziskave o bralni kulturi srednješolcev. V Hrvaški primanjkuje nacionalnih reprezentativnih in celovitih raziskav te vrste, tako se predpostavlja, da bodo dobljeni rezultati predstavljali nove hipoteze za prihodnje raziskave.

Ključne besede: *bralna kultura, srednje šole, dijaki, Hrvaška*

Abstract

Purpose: Reinforcement and development of reading culture of secondary school students through theoretical and research section of the paper. The concept of reading culture among students of secondary schools is connected with the path of the book.

Methodology/approach: The research shows results of the national survey made in the Republic of Croatia among students of secondary schools. The instrument used was a questionnaire. The research was anonymous. The sample obtained is convenient. The number of respondents was 251. Results of the research were processed by the computer programme Statistical Package for Social Sciences (SPSS), by means of a descriptive statistics and they are presented in percentages.

Results: According to the processed sample, the results of this research showed that almost 1/3 of the students in Croatia did not have a developed reading culture. However, 2/3 of the respondents read at least one book per month. The survey encompassed a smaller number of secondary school students only in Croatia, so the sample was not representative. The research has shown that information channels need to be improved in order for information and books to reach students, potential readers.

Research limitations: Students' indifference to solve a questionnaire resulting in a non-representative sample.

Originality/practical implications: The research is the starting point for new surveys on reading culture of secondary school students. In Croatia, there is a lack of national representative and comprehensive researches of this kind, so it is assumed that the results of the survey will provide new hypotheses for future researches.

Keywords: *reading culture, secondary schools, students, Croatia*

1 Uvod

U 21. stoljeću čitanje se najčešće proučava u kontekstu obrazovanja učenika te informacijskih i komunikacijskih znanosti. U odnosu na proučavanje čitanja učenika osnovnih i srednjih škola, ova dva konteksta mogu se sjediniti i gledati kroz sveobuhvatan koncept. Čitanje i kultura čitanja mogu se proučavati u odnosu na različitu građu koja je namijenjena čitanju, a uz to, u ovome radu proučavaju se u kontekstu čitanja (obveznog i čitanja u slobodno vrijeme) i ponašanja prema knjizi. Rutherford, Merga i Singleton (2018) dokazali su da dob, spol, mjesto prebivališta i obrazovanje majke mogu potencijalno utjecati na intenzitet angažmana adolescenata za rekreativno čitanje knjiga. Sabolović-Krajina (1989) naviku čitanja pojedinca, kao i probleme povezane s njom, stavlja u širi kulturno-politički kontekst određene sredine. Skupina autora stavlja navedeno u nacionalni i međunarodni zakonodavni kontekst te tvrdi da društvo određuje zakonske i materijalne uvjete u kojima se odvija djetetov razvoj u obitelji i izvan nje (Milanović, Stričević, Maleš i Sekulić-Majurec, 2000). U širem kontekstu izrečenoga, Europska unija – nadnacionalna tvorevina zemalja članica – u području kulture, kroz članak 167., promiče kulturno poštovanje nacionalne i regionalne raznolikosti, a istodobno donosi njihove zajedničke kulturne baštine (Special Eurobarometer 399, 2013, str. 2). Schwartz i Ros (1995) tvrde da predmeti, uvjeti ili osobine koje društvo smatra važnima (njegove kulturne vrijednosti) mogu oblikovati stavove svojih članova, prioritete i pridonijeti njihovom ponašanju. Griswold, McDonnell i Wright (2005) problem (ne)čitanja stavlja u kontekst društvene prakse.

Studije pokazuju da se autori slažu da u adolescentskom i tinejdžerskom razdoblju dolazi do krize čitanja (Griswold i dr., 2005; Sabolović-Krajina, 1989;

Stanić i Jelača, 2017; Vojnić Hajduk, 2015). Vojnić Hajduk (2015) tvrdi da se mladi sve više odriču knjige u korist nekih drugih sadržaja i aktivnosti. Griswold i dr. (2005) kažu da je na svjetskoj razini čitanje povezano, prije svega, s obrazovanjem, a potom s financijskim blagostanjem. Zubac (2006) tvrdi da krizi čitanja pridonosi i školska lektira te opterećenost učenika teorijskim gradivom. Tvrdnja vrijedi i danas, bar u Hrvatskoj. U kontekstu obveznog čitanja knjiga, Zubac (2006) tvrdi da je školska lektira jedan od načina stjecanja znanja i razvijanja čitalačkih navika kod djece i mladih te da ovaj način stjecanja znanja djeca često loše prihvaćaju. Navodi da je razlog tomu što se lektira može definirati kao popis zadanih djela koja propisuju nadležne institucije. Zubac kaže da bi se moglo reći da lektira, u današnje vrijeme, često negativno utječe na razvoj čitalačkih navika djece, jer je rijetko usklađena s interesima, osobito mlađe djece. Kaže da su u Hrvatskoj, pretežno u osnovnoj školi, lektire često preopsežne i suhoparne, ali i teško razumljive djeci određenog uzrasta. Ovisno o nastavnom programu, slična je situacija i u srednjim školama. Stanić i Jelača (2017, str. 188), na temelju nalaza istraživanja, zaključuju da su o programu školske lektire ispitanici uglavnom imali negativna mišljenja jer se samo 10,4 % ispitanih učenika osnovne te 15,3 % srednje škole izjasnilo da rado čitaju lektiru.

Sabolović-Krajina (1989) tvrdi da kulturu čitanja možemo odrediti kao ukupnost očitovanja potreba, navika i interesa za knjigom i čitanjem, a književni interesi čitatelja značajna su činjenica za kulturu čitanja. McEwan (2002) definira kulturu čitanja kao skup kolektivnih stavova, uvjerenja i ponašanja svih dionika u školi, u vezi s bilo kojom i svim povezanim aktivnostima s čitanjem, koje učenicima omogućuje najvišu razinu postignuća koja ih dovode do akademske i osobne koristi. Stoga se definiciji Sabolović-Krajina (1989) može pridodati i pojedinačno ponašanje (aktivno i pasivno). Kultura čitanja može pridonijeti pojedinačvom formalnom i neformalnom obrazovanju.

Manguel (2001, str. 50) kaže: “Čitanje ne možemo objasniti mehaničkim modelom; znamo da se odvija u nekim određenim područjima mozga, ali isto tako znamo da ta područja nisu jedina koja sudjeluju; znamo da postupak čitanja kao i mišljenja ovisi o našoj sposobnosti da odgonetnemo i koristimo jezik, gradivo riječi koje čine tekst i misao.” Kovač (2015b), pozivajući se na Wolf (2002), kaže da je čitanje jedna od više osnova razmišljanja. U skladu s tim, čitanje s razmišljanjem dovodi do kritičkog čitanja i mišljenja. Kulturu čitanja možemo povezati i s informacijskom pismošću u društveno-kulturnom pristupu *metaprakse* (Lloyd, 2010).

Na kulturu čitanja pojedinca može utjecati i medij za čitanje (papir, računalo, internet, e-čitač, tablet, mobitel/pametni telefon) jer se preferirani stilovi čitanja i učenja razlikuju od osobe do osobe, kao i njezino ponašanje, ekonomski status te sposobnost kritičkog mišljenja.

1.1 Pozadina

Prema Hrvatskom jezičnom portalu (2006), knjiga je *tiskovina* od više listova s tekstom ili s slikama povezanih zajedničkim hrptom koji su namijenjeni da kao cjelina služe čitanju ili proučavanju. Slično vrijedi i za e-knjigu koja ovisi o drugom, tehnološkom mediju i njegovim dostignućima. Zubac, Tominac i Maričković (2012) kažu da knjiga kroz stoljeća proživljava stalnu transformaciju, od njezinih najranijih materijalnih oblika do danas.

U kontekstu elektroničke knjige, prema Zubac i Tominac (2014, str. 124), promijenili su se i trgovački odnosi između nakladnika, trgovaca knjigom, knjižnica i potreba kupaca/korisnika za isporukom i čitanjem različitih digitalnih sadržaja (beletristika, priručna, stručna i znanstvena literatura, literatura za djecu i mladež). Na prodaju e-knjiga velikim dijelom utječu i mrežni operateri preko servisa za prodaju e-knjiga (Global eBook Report, 2017, str. 2). Dva puta godišnje prodaja e-knjiga doživljava najveći rast – prvi put u ljetnom razdoblju, a drugi put uoči blagdana na kraju kalendarske godine (Global eBook Report, 2017), tj. u vrijeme godišnjih odmora te blagdanskog darivanja. Na širu prodaju tradicionalnih knjiga mogu utjecati i međunarodni sajmovi knjiga (Zubac i Tominac, 2014). Na lokalnoj i nacionalnoj razini suradnja nakladnika s poštanskim uredima, manjim kioscima na autobusnim i željezničkim postajama te knjižarama u trgovačkim centrima može pridonijeti boljoj vidljivosti i prodaji tradicionalnih knjiga.

Za promicanje kulture čitanja među učenicima u informacijsko-tehnološkom društvu, ali i suvremenom inkluzivnom društvu, osim kvalitetnih zakonskih okvira te pogodnog obrazovnog, društveno-političkog, ekonomskog i informacijsko-tehnološkog konteksta, potreban je i marketing, posebice e-marketing u izlozima mrežnih (internetskih) knjižara kroz koncept promocije knjige kao tržišnog proizvoda da bi postao zapažen u očima potencijalnog čitatelja te bio dostupan široj čitateljskoj publici. Meler (2006) kaže da je knjiga izdavački proizvod te da je kao takav komunikacijski medij kojemu je cilj prenijeti čitatelju određene ideje, misli, stavove i autorova uvjerenja. Iz konteksta Melerova (2006) tumačenja knjige kao izdavačkog proizvoda da se zaključiti da marketing usmjeren na knjigu obuhvaća sve promotivne usluge i aktivnosti koje nakladnik/izdavač pruža potencijalnom čitatelju u svrhu dobivanja njegove naklonosti.

Marketing/e-marketing, kao posrednik između nakladnika, trgovaca/distributera knjiga te kupaca i čitatelja, može izravno i neizravno te pozitivno i negativno utjecati na prodaju knjiga i kulturu čitanja. Negativni utjecaj marketinga kod prodaje knjiga i čitanja vidljiv je u kontekstu nepoštene konkurencije objavljivanja novih naslova knjiga na globalnom tržištu te sastavljanja popisa bestselera (hrv. uspješnice). Ako se pogleda u dublju segmentaciju nakladničkog poslovanja, vidi se da

problemi nerijetko leže i u organizaciji unutrašnjeg poslovanja pojedinačnog nakladnika i trgovca knjigom. Stoga se sve više autora odlučuje za *samoizdavaštvo* ili nezavisno izdavaštvo, najčešće u *digitalnom obliku* (Sargent, 2014). Ono im može pomoći da se odmaknu od kulturne uniformiranosti, da se afirmiraju na globalnom tržištu knjiga, objave knjigu na jednom od najrasprostranjenijih svjetskih jezika, dobiju dignitet, ostvare veću zaradu te bržu dostupnost i veću prodaju.

Kupac knjige može postati čitatelj knjige, ali i ne mora. Svatko tko kupi knjigu ne mora je nužno i pročitati. Može je, primjerice, kupiti kao dar za nekoga. Isto tako, tko preuzme e-knjigu s određene platforme, ne mora je nužno i pročitati. Slična situacija može se dogoditi i prilikom posuđivanja knjiga iz knjižnica. Ako je određeni naslov posuđen u narodnoj¹ ili školskoj knjižnici, ne znači da ga je korisnik (u cijelosti) pročitao. Tim više, ne postoje dokazi da su bestseleri ujedno i najposuđivaniji i najčitaniji naslovi u narodnim knjižnicama. O tome koliko učenici zaista čitaju i pročitaju knjige nema konkretnih podataka, ali u novije vrijeme postoje e-platforme koje imaju uvid u pregledani i pročitani e-sadržaj. Bokan i Cupar (2017) problematiziraju koncepte promocije i promicanja čitanja u kontekstu narodnih knjižnica i upozoravaju na razlike tih dvaju pojmova koji se često poistovjećuju u praksi, te utvrđuju da promocije čitanja nedostaju u praksi. Ističu da je ta tematika nedovoljno istražena u Hrvatskoj. Kovač (2015a, str. 18) tvrdi da nedostaje podataka o prodaji knjiga u Europi kao i o istraživanju europskih navika čitanja.

2 Istraživački upitnik

Cilj rada bio je istražiti čitateljsku kulturu srednjoškolskih učenika u Republici Hrvatskoj u svrhu njezina osnaživanja i razvoja. U studiju se pošlo od hipoteze H1: neovisno o vrsti srednje škole koju pohađaju, srednjoškolski učenici nemaju razvijenu kulturu čitanja.

2.1 Metoda

Istraživanje je provedeno kvantitativnom metodom uzorka pomoću Googleovog *online* upitnika čija je poveznica bila postavljena na Facebookovim stranicama (Info) centara za mlade (tj. nevladnih organizacija) na razini Republike Hrvatske.

¹ Prema engl. *public library* u ISO 2789:2013 klasifikaciji knjižnica, 5. izd., koji je ujedno i prihvaćeni standard u Republici Hrvatskoj.

Istraživanje je provedeno od 10. do 24. veljače 2018. godine. Istražena skupina bili su učenici srednjih trogodišnjih i četverogodišnjih strukovnih škola te gimnazija. Istraživanje je bilo anonimno i dobrovoljno. Dobiveni uzorak je prigodni uzorak i nije reprezentativan. Ispitivanju se odazvao manji broj ispitanika (N=251) koji je ispunio upitnik u cijelosti. Pri obradi podataka uočena je logička nedosljednost odgovaranja na neka od postavljenih pitanja. Upitnik je sadržavao 27 pitanja zatvoreno-kombiniranog tipa. Prikupljeni podaci statistički su obrađeni u računalnom programu Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) deskriptivnom statistikom i izraženi su u postotcima. Zavisne varijable su knjiga, čitanje i kultura čitanja, dob i spol.

3 Rezultati

3.1 Sociodemogafski pokazatelji ispitanika

Provedeno istraživanje pokazalo je da su rješavanju ovog upitnika u najvećem broju pristupili gimnazijalci (58,6 %), dok je najmanje bilo učenika trogodišnjih srednjih škola (12,4 %). Četverogodišnje srednje strukovne škole pohađa 29 % ispitanih učenika.

Vrste srednjih škola razlikuju se po usmjerenju, nastavnim programima, opterećenosti učenika učenjem i broju nastavnih sati koje učenici moraju provesti u školi. Nalaz istraživanja uzorka pokazao je da 41 % ispitanika živi u selu, a 59 % u gradu. Ograničenje istraživanja predstavlja činjenica da svi ispitanici nisu podjednako ili bar približno isto zastupljeni u svim zavisnim varijablama (prevladavaju gimnazijalci i osobe ženskog spola) pa pri detaljnijoj statističkoj unakrsnoj usporedbi uglavnom prevladavaju većinski ispitanici. Rješavanju upitnika pristupilo je 68,5 % učenica/žena, te dvostruko manje učenika/muškaraca – 31,5 %. To može biti pokazatelj da su učenice/žene zainteresiranije za čitanje. Rezultati suvremenih svjetskih istraživanja pokazuju da danas, u odnosu na spol, žene više čitaju od muškaraca (Perrin, 2015). U prošlosti je bilo suprotno, više su čitali muškarci jer su u to vrijeme bili obrazovaniji od žena (Griswold i dr., 2005; Zasacka, 2014). U odnosu na rod autora knjige, istraživanja pokazuju da žene više čitaju knjige koje su napisale žene, dok muškarci čitaju knjige koje su napisali muškarci (Zhou, 2017).

U odnosu na dobnu raspodjelu ispitanika u ovome istraživanju, upitnik je riješilo najviše učenika od 17 godina (27,9 %), a prate ih ispitanici od 18 godina (27,45 %). Slijede ispitanici koji imaju 15 godina (23,17 %) te ispitanici koji imaju 16 godina (21,47 %).

3.2 Čitanje knjiga

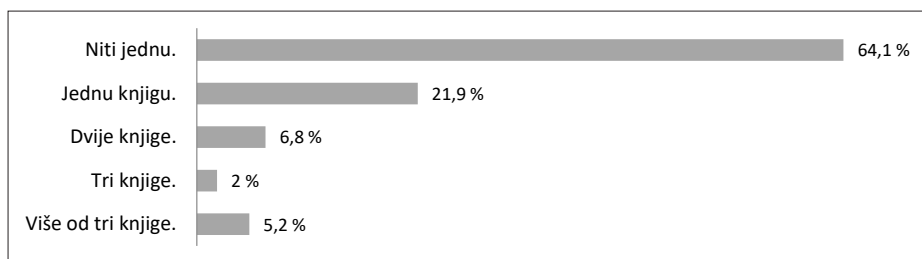
Gimnazijalci prednjače u mjesečnom čitanju knjiga u odnosu na vrstu škole koju pohađaju, a učenici četverogodišnjih strukovnih škola u nečitanju. Budući da je ispitanika gimnazijalaca bilo najviše, ovaj odgovor je očekivan, tako da dobiveni podaci nisu objektivni. Ovaj nalaz odnosi se samo na one koji su bili uključeni u istraživanje i malo je vjerojatno da će se proširiti na sve učenike srednjih škola.

U Tablici 1. vidljiv je odgovor na pitanje koliko mjesečno ispitanici srednjoškolski učenici u Hrvatskoj, u odnosu na dob, pročitaju knjiga.

Tablica 1. Učestalost potrebe za mjesečnim čitanjem knjiga u odnosu na dob.

Dob	Koliko mjesečno pročitate knjiga? (Rezultati su izraženi u postotcima %)					Ukupno:
	Niti jednu.	Jednu.	Dvije.	Tri.	Više od tri.	
15 godina	2,8	10	6,37	1,6	2,4	23,17
16 godina	4,38	7,57	5,97	1,95	1,6	21,47
17 godina	9,16	10,77	3,18	2,4	2,4	27,91
18 godina	11,91	9,16	4,38	0,4	1,6	27,45
Ukupno:	28,25 %	37,5 %	19,9 %	6,35 %	8 %	100 %

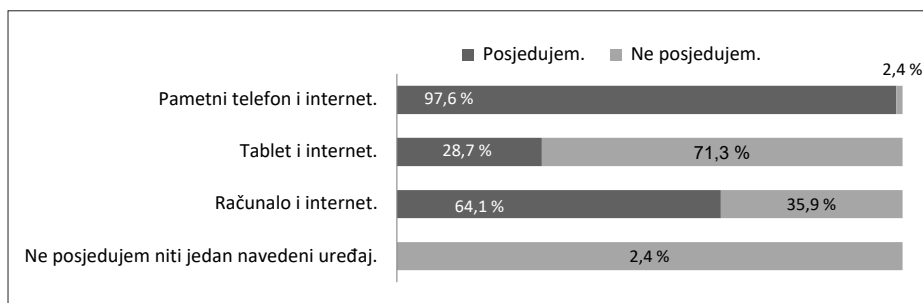
Grafikon na Slici 1. pokazuje da od svih ispitanih učenika njih 64,1 % nema potrebu za čitanjem knjiga u slobodno vrijeme. Mjesečno, uz obveznu lektiru, još jednu knjigu u slobodno vrijeme pročita 21,9 % ispitanih učenika, 6,8 % pročita dvije knjige, 2 % pročita tri knjige, a 5,2 % pročita više od tri knjige. Vidljivo je da se podaci iz Tablice 1. i Slike 1. znatno razlikuju. Dakle, uočena je logička nedosljednost prilikom odgovaranja. Možda je pitanje učenicima bilo nerazumljivo ili nisu iskreno odgovorili na njega.



Slika 1. Učestalost potrebe za mjesečnim čitanjem knjiga (koje nisu obvezna mjesečna školska lektira) u slobodno vrijeme

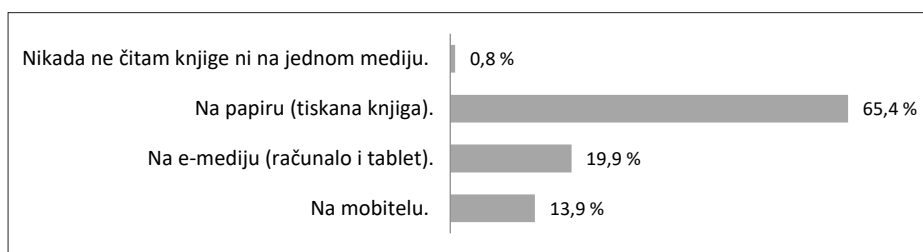
Na pitanje iz Slike 2. bilo je moguće dati više odgovora. U skladu s tim vidljivo je da 97,6 % učenika uključenih u istraživanje posjeduje pametni telefon s

internetskom vezom. Tablet s internetskom vezom posjeduje samo 28,7 % ispitanih učenika, dok računalo s internetskom vezom posjeduje 64,1 % ispitanih. Niti jedan uređaj ne posjeduje 2,4 % ispitanika. Namjenski e-čitači, poput Kindlea, nisu bili obuhvaćeni istraživanjem.



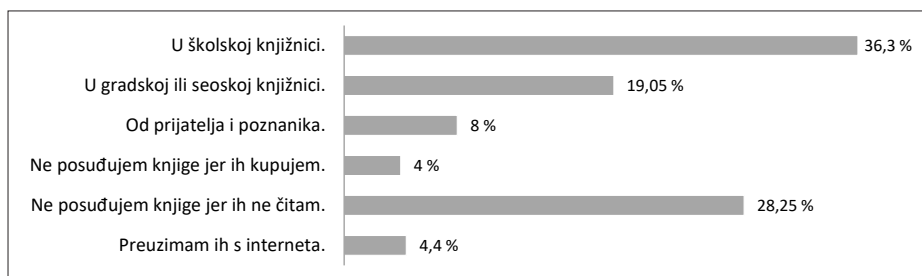
Slika 2. Posjedovanje uređaja koji mogu poslužiti kao podloga za čitanje knjiga

Na Slici 3. navedeni su mediji na kojima srednjoškolci uključeni u istraživanje najčešće čitaju. Da nikada ne čita knjige niti na jednom mediju, izjasnilo se 0,8 % ispitanih. Knjige na papiru (tiskane knjige) najčešće čita 65,4 % ispitanih, 19,9 % knjige najčešće čita na e-mediju (računalu i tabletu), a 13,9 % na mobitelu.



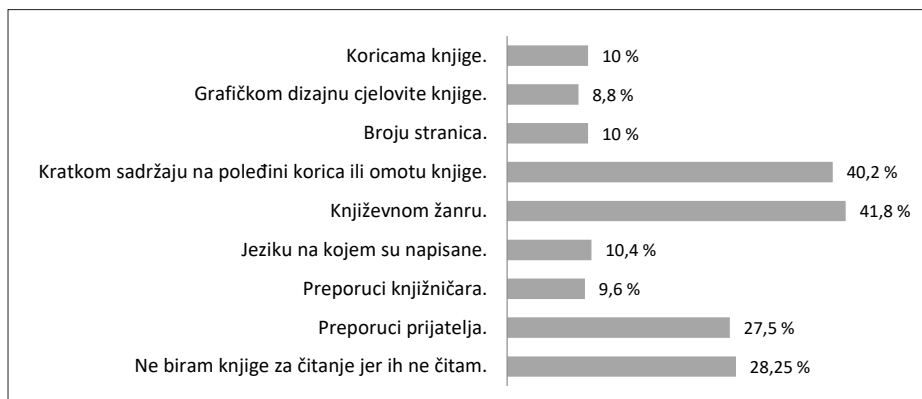
Slika 3. Mediji na kojima učenici najčešće čitaju knjige

Iz Slike 4. vidljivo je da knjige za čitanje ispitanici najčešće posuđuju u školskoj knjižnici (36,3 %), dok ih 19,05 % posuđuje u narodnoj gradskoj ili seoskoj knjižnici. Knjige od prijatelja i poznanika najčešće posuđuje 8 % ispitanih; 4 % ne posuđuje knjige jer ih kupuje; 28,25 % ispitanih ne posuđuje knjige jer ih ne čita. Knjige za čitanje najčešće preuzima s interneta 4,4 % ispitanih. Iz unakrsne analize podataka (škola koju pohađaju i mediji na kojima čitaju knjige) vidljivo je da od svih vrsta srednjoškolaca najviše gimnazijalaca preuzima knjige s interneta. Ujedno, najviše gimnazijalaca posuđuje knjige u školskoj, a potom u gradskoj ili seoskoj knjižnici. Učenici četverogodišnjih srednjih strukovnih škola, u najvećem broju, izjasnili su se da ne posuđuju knjige jer ih ne čitaju.



Slika 4. Izbor izvora prilikom traženja knjiga za čitanje

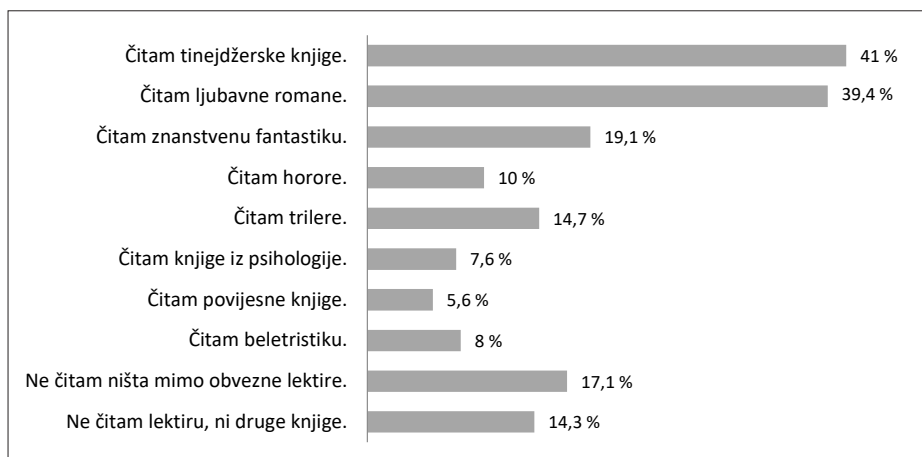
Na pitanje iz Slike 5. o preferiranom načinu odabira knjiga za čitanje, bilo je moguće zaokružiti više ponuđenih odgovora. Iz grafikona se vidi da najviše ispitanika knjige za čitanje bira prema žanru (41,8 %), potom prema kratkom sadržaju na poledini korica ili na omotu knjige (40,2 %). Knjige za čitanje prema preporuci prijatelja bira 27,5 % ispitanih, zatim prema jeziku na kojem su napisane (10,4 %), prema koricama knjige (10 %) te broju stranica (10 %). Prema preporuci knjižničara knjige bira 9,6 % ispitanih, 8,8 % prema grafičkom dizajnu cjelovite knjige, a 28,25 % ispitanih ne bira knjige za čitanje jer ih ne čita.



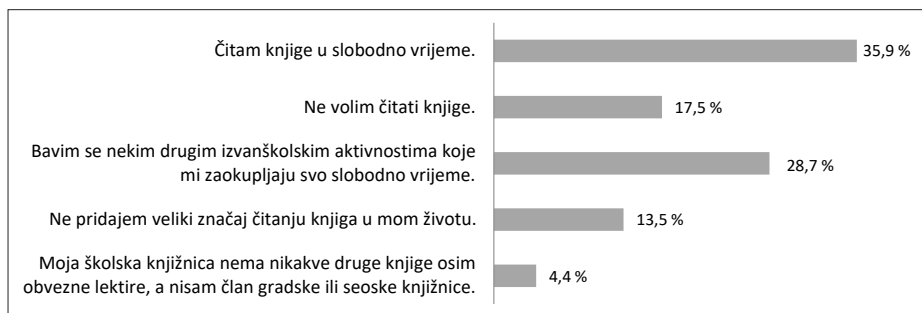
Slika 5. Preferirani način odabira knjiga za čitanje

Na postavljeno pitanje iz Slike 6. bilo je moguće ponuditi više odgovora. Iz Slike 6. vidljivo je da ispitanici najradije čitaju knjige za tinejdžere (41 %), potom ljubavne romane (39,4 %) i znanstvenu fantastiku (19,1 %). U manjoj mjeri čitaju trilere (14,7 %), horore (10 %), beletristiku (8 %), knjige iz psihologije (7,6 %). Samo 5,6 % ispitanih izjasnilo se da čita knjige s povijesnom tematikom. Od ispitanih učenika, njih 17,1 % izjasnilo se da ne čita ništa mimo obvezne lektire, a 14,3 % ne čita ni lektiru, ni druge knjige.

Broj čitača prikazanih na Slici 5. i Slici 6. bitno se razlikuje od broja čitača prikazanih na Slici 7. Pretpostavlja se da je izražena razlika u tome što se ispitanici smatraju privremenim ili “svježim” nečitačima ili nisu iskreno odgovorili na pitanja ili ih nisu razumjeli.



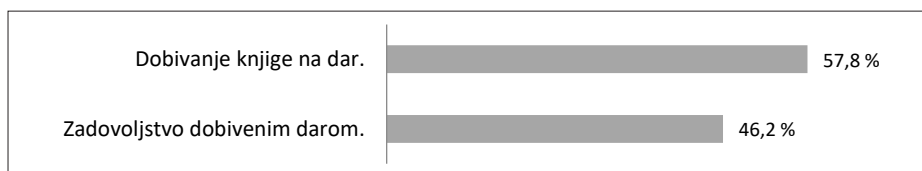
Slika 6. *Preferirani (književni) žanr prilikom čitanja knjiga*



Slika 7. *Razlozi nečitanja knjiga u slobodno vrijeme*

U odnosu na razloge/prepreke nečitanja knjiga (Slika 7.), iz uzorka je vidljivo da se od 64,1 % ispitanih srednjoškolaca koji su se izjasnili da ne čitaju knjige u slobodno vrijeme, njih 28,7 % bavi nekim drugim izvanškolskim aktivnostima koje im zaokupljaju slobodno vrijeme; 17,5 % ne voli čitati knjige, 13,5 % ne pridaje veliki značaj čitanju knjiga u životu, dok samo 4,4 % ispitanih kaže da njihova školska knjižnica u svome fondu nema druge knjige za čitanje osim obvezne lektire, a nisu članovi gradske ili seoske knjižnice u kojoj bi mogli pronaći knjigu po vlastitom izboru.

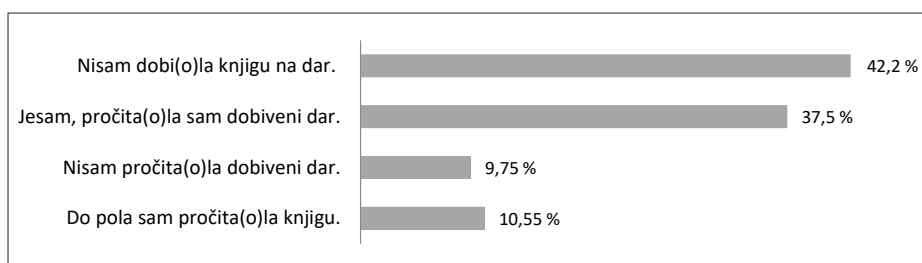
Slika 8. *Dobivanje knjige na dar i zadovoljstvo dobivenim darom*, pokazuje da se od 100 % ispitanika, njih 57,8 % izjasnilo da su dobili knjigu na dar (primjerice za rođendan) od prijatelja ili prijateljice, a 42,2 % ispitanika nije dobilo knjigu na dar. Od 57,8 % ispitanika, koji su dobili knjigu na dar, njih 46,2 % bilo je zadovoljno dobivenom knjigom, dok 11,6 % ispitanih nije bilo zadovoljno.



Slika 8. *Dobivanje knjige na dar i zadovoljstvo dobivenim darom*

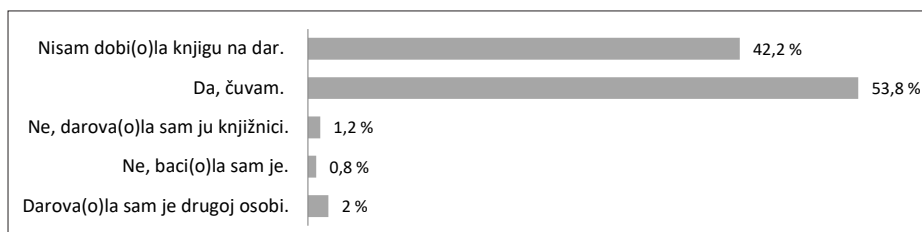
Podaci pokazuju da je najveće zadovoljstvo knjigom kao dobivenim darom kod ispitanika, u odnosu na srednju školu koju pohađaju, bilo kod gimnazijalaca (27,8 %). Ujedno i najveće nezadovoljstvo dobivenim darom bilo je kod gimnazijalaca (6,3 %).

Iz grafikona na Slici 9. vidljivo je da, od ukupnog udjela, 42,2 % ispitanika nije dobilo knjigu na dar. Od 57,8 % učenika koji su dobili knjigu na dar, njih 37,5 % pročitao je dobivenu knjigu, 9,75 % nije pročitao knjigu, a 10,55 % pročitao je pola knjige. Na pitanje je odgovoreno sveobuhvatno, tj. N = 251. Najmanje čitaju darivane knjige učenici koji pohađaju trogodišnju srednju školu. Budući da najveći broj ispitanih u ovome upitniku čine gimnazijalci, ovaj rezultat je očekivan.



Slika 9. *Razlike u zainteresiranosti za čitanjem darivane knjige*

Grafikon na Slici 10. pokazuje da se učenici različito odnose prema dobivenom daru (knjizi), što govori o njihovoj kulturi ponašanja. Od 57,8 % učenika koji su dobili knjigu na dar, 53,8 % još uvijek čuva dobiveni dar, 1,2 % darovalo je dobivenu knjigu knjižnici, 0,8 % reklo je da je knjigu bacilo, a 2 % ispitanih da ju je darovalo (prosljedilo) drugoj osobi.



Slika 10. Razlike u postupanju prema dobivenom daru

Istraživanje je pokazalo da je 67,3 % ispitanih darovalo knjigu svome prijatelju ili prijateljici (npr. dar za rođendan), što govori da učenici ipak cijene knjigu kao važan dar, dok se 32,7 % ispitanih izjasnilo da nije darovalo knjigu. To može biti pokazatelj razlike učeničke percepcije o važnosti darivanja knjiga, stava o kulturi čitanja te visokoj cijeni knjige kao i financijskim mogućnostima roditelja o kojima srednjoškolci uvelike ovise.

Tablica 2. prikazuje odgovore dobivene Likertovom ljestvicom od pet stupnjeva kojom se nastojalo ispitati razlike u slaganju i neslaganju ispitanih srednjoškolskih učenika s ponuđenim tvrdnjama. Broj 1 označavao je tvrdnju u *potpunosti se slažem*, 2 *djelomično se slažem*, 3 *niti se slažem*, 4 *djelomično se ne slažem*, a 5 je označavao tvrdnju u *potpunosti se ne slažem*.

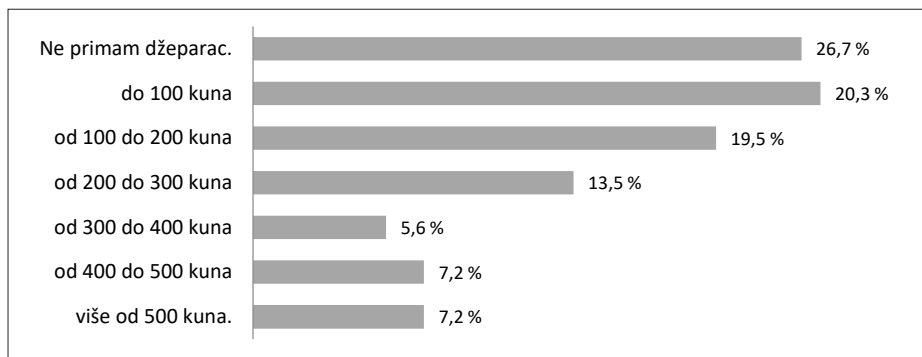
Tablica 2. Razlike u slaganju oko utjecaja čitanja na učeničke kompetencije prema Likertovoj ljestvici od 1 do 5

	U potpunosti se slažem.	Djelomično se slažem.	Niti se slažem, niti se ne slažem.	Djelomično se ne slažem.	U potpunosti se ne slažem.
Čitanje knjiga utječe na bogaćenje rječnika.	31,5%	12,4%	17,9%	13,9%	24,3%
Čitanje knjiga utječe na razvijanje pismenosti.	25,55%	13,9%	20,7%	15,15%	24,7%
Čitanje knjiga utječe na teme razgovora.	17,5%	15,2%	28,7%	18,3%	20,3%
Čitanje knjiga utječe na razvijanje kreativnosti.	23,5%	13,2%	21,5%	18,3%	23,5%
Čitanje knjiga utječe na kvalitetno ispunjavanje slobodnog vremena.	18,3%	16,8%	28,7%	14,7%	21,5%

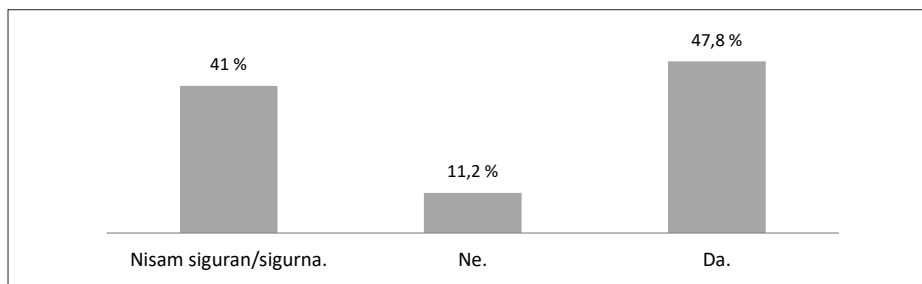
U odnosu na razlike u afinitetima i samostalnom informiranju, koji su dio učeničkog ponašanja, o novim naslovima knjiga na tržištu preko mrežnih stranica nakladničkih kuća, dobiveni su sljedeći rezultati: 26,3 % ispitanih učenika

izjasnilo se da pregledava mrežne stranice nakladničkih kuća, a 73,7 % ispitanih ne pregledava. Razloge toga trebalo bi dodatno ispitati.

Iz Slike 11. (od 100 % ispitanih učenika) vidi se da 26,7 % učenika ne prima džeparac za potrebe druženja, darova i dr.; 20,3 % prima džeparac u iznosu do 100 kn mjesečno (cca 13 eura); 19,5 % prima džeparac u iznosu od 100 do 200 kuna (cca od 13 do 26 eura); 13,5 % prima od 200 do 300 kuna (cca od 26 do 40 eura); 5,6 % prima od 300 do 400 kuna (cca od 40 do 53 eura); 7,2 % prima od 400 do 500 kuna (cca od 53 do 67 eura); a 7,2 % učenika prima džeparac u iznosu većem od 500 kuna (od cca 67 eura). Važnost ovog istraživačkog pitanja je u dokazu da većina učenika prima male iznose mjesečnog džeparca ili ga uopće ne prima te da većina od njega ne može kupiti knjigu po vlastitom izboru. Slika 11. može se povezati sa Slikom 12. koja pokazuje razlike u stavu učenika pri kupnji knjige. (Više o ovome objašnjeno je u poglavlju Rasprava.)



Slika 11. Razlike u novčanom iznosu primanja mjesečnog džeparca

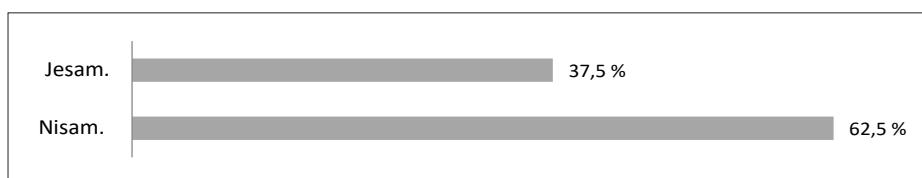


Slika 12. Razlike u učeničkom stavu pri kupnji knjige koja im se vizualno jako sviđa

Slika 12. pokazuje da se 47,8 % ispitanih učenika izjasnilo da bi kupili knjigu koja im se vizualno jako sviđa, 11,2 % ne bi, a 41 % ispitanika nije sigurno. Iz

Slike 5. vidljivo je da na promjenu stava učenika pri kupnji knjige može utjecati kvalitetna marketinška usluga i aktivnost. Istraživanje je pokazalo da 10,4 % bira knjigu za čitanje prema jeziku na kojemu je napisana, 41,8 % prema književnom žanru, 40,2 % prema kratkom sadržaju na poleđini korica ili omotu knjige, 8,8 % prema grafičkom dizajnu cjelovite knjige, a 10 % prema koricama knjige (tvrdom i mekom uvezu te dizajnu).

Slika 13. pokazuje da je 37,5 % ispitanih kupilo knjigu koja im se jako vizualno sviđala, a 62,5 % nije. Povezanost između pitanja prikazanih na slikama 12. i 13. objašnjena je u poglavlju Rasprava.



Slika 13. Razlike u ponašanju pri kupnji vizualno upadljive knjige

4 Rasprava

Sabolović-Krajina (1989) kaže da ne treba zaboraviti da istovremeno sa širenjem čitalačke kulture broj nepismenih i nečitača raste i to u vrijeme kada se o čitanju i knjizi govori kao o fenomenima masovne komunikacije, a to ukazuje na neadekvatan položaj knjige u društvu. Kaže i da u razvijenijim kulturnim sredinama knjiga nije osvojila prostor koji joj zaslužen pripada. Njezine tvrdnje vrijede u Hrvatskoj i danas. S druge strane, nalaz istraživanja Special Eurobarometer 399 (2013, str. 5) pokazuje da je čitanje knjiga (68 %) druga najčešća kulturna aktivnost u Europi.

U svrhu postavljanja rezultata u širi kontekst, prema izvješću španjolske *Federation of Publishers' Guilds*, vidljivo je da broj čitatelja u Španjolskoj raste (65,8 %), ali i da čitanje knjiga opada između petnaeste i osamnaeste godine (Plaza, 2018). Slično tvrde Griswold i dr. (2005) te Roberts i Foehr (2004). Za razliku od Španjolske, u Meksiku (Bautista, 2013) i Australiji dobna granica za prestanak čitanja knjiga je nakon navršenih dvanaest godina. U Australiji dolazi do smanjenja interesa za čitanje među mladima od dvanaeste do osamnaeste godine (Rutherford i dr., 2017, str. 28). Na temelju dobivenih rezultata, vidljivo je da u Hrvatskoj najviše čitaju petnaestogodišnjaci, a najmanje osamnaestogodišnjaci (Tablica 1.). Razlog toga može biti i taj što dio osamnaestogodišnjih učenika završava srednju školu i smatra da im čitanje više nije bitno ni za školu ni za slobodno vrijeme jer

ne namjeravaju nastaviti daljnje obrazovanje. Možda nikada i nisu čitali knjige, nego prepisivali lektire ili koristili vodiče iz lektire da bi dobili pozitivnu ocjenu. S druge strane, razlog za čitanje može biti priprema učenika za nastavak školovanja na fakultetu ili za državnu maturu, pa se kontinuitet čitanja nastavlja. Kulturu čitanja moguće je povezati i s vrstom škole koju učenici pohađaju. Gimnazijalci na nastavi slušaju najviše sati hrvatskoga jezika te stranih jezika. U skladu s tim, čitaju i najviše lektira. Plevnik (2017, str. 11) kaže da se otpor čitanju nerijetko doživljava kao neuspjeh djeteta ili roditelja, nastavnika ili sustava. Radije se traži krivac nego razumijevanje situacije. Nalaz dobiven istraživanjem provedenim u Hrvatskoj pokazao je da se dio učenika bavi drugim aktivnostima koje im oduzimaju sve slobodno vrijeme (sport, glazbena škola). Osim toga, srednjoškolski učenici poprilično su opterećeni nastavnim programima. Ako k navedenom dodamo da mnogi učenici putuju svaki dan iz sela u grad na školovanje te da je svakom od učenika potrebno vrijeme za druženje i razgovor s prijateljima i obitelji, razumljivo je da im ne preostaje puno vremena za čitanje knjiga (s razumijevanjem i iz užitka). Uvriježeno je mišljenje u društvu da je vrijeme tijekom putovanja iz mjesta u mjesto idealno za čitanje, ali ako su učenici umorni i iscrpljeni dnevnim obvezama, onda nije tako. U skladu s tim, 64,1 % ispitanih mjesečno ne čita knjige u slobodno vrijeme pa nema razvijenu kulturu čitanja.

4.1 Preduvjeti za poticanje čitanja

Slika 2. prikazuje da 97,6 % učenika posjeduje pametni telefon i internet te da ga 2,4 % ispitanih ne posjeduje. Tablet s priključkom na internet posjeduje samo 28,7 % ispitanih učenika, dok računalo s priključkom na internet posjeduje 64,1 % ispitanih. Zanimljivo je da 2,4 % ispitanih ne posjeduje niti jedan uređaj što može biti pokazatelj slabijeg socijalnog stanja roditelja ili pak nedostatka svijesti da djeca trebaju biti digitalno pismena ili je odraz zaštite djeteta čiji su roditelji svjesni opasnosti društvenih mreža.

Na Slici 3. navedeni su mediji na kojima srednjoškolci najčešće čitaju. Iz konteksta ovog istraživanja vidljivo je da učenici srednjih škola u Hrvatskoj najviše čitaju s papira (65,4 %), što je u skladu s najnovijim metaistraživanjima o čitanju na različitim medijima. Ona pokazuju da je papir i dalje jednako važan medij za čitanje te da povećana dostupnost elektroničkih knjiga nije i neće pretjerano utjecati na čitateljske navike digitalnih domorodaca (Singer i Alexander, 2017). Cox (2014) kaže da je nalaz istraživanja *Publishing Technology* pokazao da milenijalci²

² Milenijalci (engl. Millennials) su tehnološko osviještena generacija s izraženim kritičkim mišljenjem. Preferiraju kvalitetu tržišnih proizvoda.

posjeduju bolju tehnologiju, ali da redovito koriste tiskane i digitalne proizvode. Nalaz istraživanja iz 2013. godine proveden među milenijalcima u dobi između 18 i 34 godine pokazao je da je gotovo dvostruko više ispitanika pročitalo tiskanu knjigu (79 %) od elektroničke knjige dostupe na različitim uređajima (najbliži je tablet, 46 %). Čitali su elektroničke knjige na osobnom računalu (37 %), mobilnom telefonu (36 %) i namjenskom e-čitaču (31 %). Singer i Alexander (2017, str. 29) zaključuju da čitanje u tiskanom i digitalnom obliku ne bi trebalo biti “pitanje utrke konja”, tj. natjecanje među različitim vrstama medija za čitanje. Jedan medij ne smije se smatrati rutinski boljim kod razumijevanja čitanja. Prema njima, oba medija imaju mjesto u pismenosti i učenju koje mora u potpunosti biti cijanjeno.

Iako mobitel (Smarthphone, iPhone itd.) pripada e-medijima/digitalnim medijima jednako kao i računalo i tablet, u ovome je istraživanju namjerno razdvojen od njih jer se pretpostavilo da svako dijete posjeduje mobitel, ali ne i računalo i tablet. Rezultat je pokazao da manji dio ispitanih učenika ipak ne posjeduje mobitel. Ujedno, rezultati su potvrdili tvrdnju Rutherford i dr. (2017, str. 35) da svi mladi ljudi nemaju pristup digitalnim medijima.

Rezultati istraživanja Moskovskog gradskog pedagoškog sveučilišta (MGPU) u Rusiji pokazali su da od srednjoškolaca koji čitanju *za sebe*, njih 57 % preferira preporuke prijatelja, 37 % ih sluša mišljenje roditelja, 29 % zainteresirano je za mišljenje učitelja, a 37 % izjavilo je da samostalno biraju knjige za čitanje u slobodno vrijeme. Prema istom nalazu istraživanja, Asonova kaže da učenici ne samo da čitaju, nego i aktivno razgovaraju o tome što čitaju, najčešće s učiteljima (54 %) i prijateljima u stvarnom životu (51 %) te na društvenim mrežama (36 %). Manje od četvrtine (23 %) ispitanika, prema njezinu mišljenju, nema takvu naviku (Istraživanje, 2017). Iz rezultata istraživanja provedenog u Hrvatskoj (Slika 5.), vidi se da 27,5 % ispitanih bira knjigu za čitanje prema preporuci prijatelja, dok ih je 9,6 % zainteresirano za mišljenje školskog knjižničara. Ovo je pokazatelj da je promocija knjige kroz živu riječ knjižničara itekako važna da knjiga dospije u ruke potencijalnog čitatelja. Na temelju mogućnosti zaokruživanja više odgovora na postavljeno pitanje iz Slike 5., vidi se i da polovica ispitanih učenika u Hrvatskoj samostalno bira knjige za čitanje u slobodno vrijeme prema različitim kriterijima odabira: jeziku na kojem su napisane (10,4 %), književnom žanru (41,8 %), kratkom sadržaju na poleđini korica ili omotu knjige (40,2 %), grafičkom dizajnu cjelovite knjige (8,8 %), koricama knjige (10 %) te broju stranica (10 %). Ako usporedimo rezultate ovog istraživanja u Hrvatskoj s rezultatima istraživanja provedenog među milenijalcima u Americi, vidi se da 45 % ispitanih milenijalaca, prije svega, čita knjige na temelju usmene preporuke, 34 % milenijalaca čita knjige preko preporuke društvenih mreža, 32 % preko e-aplikacija, 31 % preko mrežnih stranica, 28 % preko fizičkih maloprodajnih trgovina/knjižara, 24 % preko

narodnih knjižnica te 21 % preko mrežnih zajednica (Cox, 2014, str. 5). Načelno gledano, iz nalaza svih navedenih istraživanja, vidi se da je preporuka za čitanje ispitanicima bitna. Traže je od učitelja, roditelja, knjižničara, knjigoljubaca i književnih kritičara. Razlog tomu može biti što ispitanici cijene kvalitetu, štede vrijeme ili na temelju tuđeg mišljenja razvijaju vlastito kritičko mišljenje.

Prema izvješću Global Ebook Report (2015), u odnosu na jezik na kojemu su e-knjige napisane, najviše su preuzimane knjige s interneta na engleskom jeziku (26,61 %), slijede ih knjige na njemačkom jeziku (8,58 %), brazilsko-portugalskom (4,97 %) i kineskom (2,36 %). Kod 15,03 % preuzimanja e-knjiga jezik nije bio postavljen (to može biti pokazatelj da su knjige samo preuzete, ali nisu pročitane ili da korisnici govore više svjetskih jezika pa im jezik za čitanje nije bio bitan).

U kontekstu razvijanja kulture čitanja, Hrvatskoj je ponuđen i usvojen *Prijedlog nacionalne strategije poticanja čitanja* od 2015. do 2020. godine. Otvoreno pitanje ostaje koliko će svim dionicima u kulturnom i nakladničkom sektoru trebati vremena da Strategiju u potpunosti primjene u praksi te što će reći drugi nacionalni planovi razvoja. U odnosu na razloge nečitanja knjiga u slobodno vrijeme (Slika 1.), podaci istraživanja provedenog u Hrvatskoj pokazuju da je ukupno 64,1 % nečitača. Od tog broja, njih 28,7 % bavi se nekim drugim izvanškolskim aktivnostima (glazba, ples, sport).³ Da ne voli čitati knjige izjasnilo se 17,5 % ispitanika, a 13,5 % da ne pridaje veliki značaj čitanju knjiga u životu (Slika 7.). Nepoticažno čitateljsko okruženje može negativno utjecati na kulturu čitanja kod učenika, posebice na čitanje iz užitka u slobodno vrijeme. Prema Stričević (2009) često se školskim knjižnicama pripisuje zadaća poticanja čitanja koje je u funkciji odgojno-obrazovnog procesa, a narodnima *ostavlja* u zadaću poticanje čitanja iz užitka, tzv. čitanja iz zabave, dobrovoljnog čitanja. PISA (2009, 2015; Research evidence ..., 2012) zagovara čitanje iz užitka jer ono može pridonijeti općim čitateljskim kompetencijama, raznim postignućima i vještinama čitatelja.

³ Nalaz istraživanja Special Eurobarometer 472 (2018, str. 4) pokazao je da se muškarci u Europskoj uniji najčešće bave sportom ili drugim fizičkim aktivnostima u slobodno vrijeme (znatno više od žena), osobito u dobnoj skupini od 15 do 24 godina, pa nemaju razvijene čitateljske navike. Nalazom istraživanja iz 2012. godine utvrđeno je da je najčešća kulturna aktivnost Europljana u slobodno vrijeme bila ples, fotografiranje ili izrada filma i pjevanje. Manje ispitanika sviralo je glazbeni instrument, sudjelovao u kreativnom pisanju i glumi (Special Eurobarometer 399, 2013). S druge strane, Special Eurobarometer 399 (2013, str. 5) pokazao je da su glavni razlozi za nesudjelovanje u kulturnim aktivnostima nedostatak interesa, vremena i financijskih sredstava. *Ograničeni izbor ili slaba kvaliteta* ponuđenih sadržaja po pitanju kulturnih i sportskih aktivnosti bio je manji problem, osim u Rumunjskoj. Istraživanje provedeno u Gani pokazalo je da je lijenost jedna od osnovnih prepreka čitanja među ispitanicima (Owusu-Acheaw, 2014).

Od knjižničara se zahtijeva da rade na razvoju čitanja i čitatelja te da poduzimaju odgovarajuće mjere koje mogu razvijati svaku knjižnicu u smjeru poticajnog okružja za čitanje (prostor, građa, službe i usluge te aktivnosti). Loh, Ellis, Pačuldar i Wan (2017, str. 335) kažu da nedovoljna iskorištenost školske knjižnice može biti posljedica neiskusnih odabira i prikaza knjige, nedostatka programa za poticanje čitanja, nedostatka znanja o tome kako dizajnirati prostor te poticati na dobrovoljno čitanje, nedostatka financijskih sredstava. Creel (2007, str. 48) je došla do rezultata da školska knjižnica nema dovoljno računala, knjiga, raznolikosti žanrova (strip, grafički roman ili manga) i širokog izbora časopisa za čitanje iz užitka. Slično su prepoznali i srednjoškolski učenici u hrvatskom istraživanju. Njih 4,4 % kaže da njihova školska knjižnica u svome fondu nema druge knjige za čitanje osim obvezne lektire, a oni nisu članovi gradske ili seoske knjižnice⁴ u kojoj bi mogli pronaći knjigu po vlastitom izboru (Slika 7.). Ovi ispitanici su potencijalni čitači jer imaju sposobnost uočavanja stanja. Razlog njihovom nečlanstvu u gradskim i seoskim knjižnicama može biti članarina koja se u Hrvatskoj srednjoškolskim, maloljetnim učenicima uglavnom naplaćuje, ali u manjem iznosu nego odraslim članovima, zatim nedostatak narodnih seoskih knjižnica u njihovom mjestu stanovanja, nezadovoljstvo pokretnim knjižnicama, nedostatak novih naslova u gradskim i seoskim knjižnicama te nedostatak knjiga na različitim medijima. Međutim, školske knjižnice u Hrvatskoj jesu profesionalno vođene, ali nisu redovito financirane.

4.2 Razlike u slaganju oko utjecaja čitanja knjiga na učeničke kompetencije

Iz Tablice 2. vidljivo je da se 31,5 % ispitanih u *potpunosti slaže* s tvrdnjom da čitanje knjiga utječe na njihovo bogaćenje rječnika, dok se 12,4 % *djelomično slaže* s tom tvrdnjom, 17,9 % izjasnilo se da *se niti slaže, niti ne slaže*, 13,9 % *djelomično se ne slaže* s navedenom tvrdnjom, a 24,3 % u *potpunosti se ne slaže* s tvrdnjom.

Istraživanje provedeno u Gani, na puno većem reprezentativnom uzorku od istraživanja u ovome radu, pokazalo je da 62,5 % ispitanika priznaje važnost čitanja te da im čitanje pomaže u boljem izražavanju (Owusu-Acheaw, 2014).

Tablica 2. pokazuje da se 25,55 % ispitanih srednjoškolskih učenika u Hrvatskoj u *potpunosti slaže* s tvrdnjom da čitanje knjiga utječe na razvijanje njihove pismenosti, dok približno jednak broj srednjoškolskih učenika misli suprotno od toga (24,7 % u *potpunosti se ne slaže* s tvrdnjom); 13,9 % ispitanih izjasnilo se da se

⁴ Trenutačna teritorijalna pokrivenost narodnim knjižnicama (gradskim i seoskim) u Republici Hrvatskoj je 36 %.

djelomično slaže s navedenom tvrdnjom, a malo više od toga izjasnilo se suprotno – *djelomično se ne slaže* (15,15 %); 20,7 % ispitanika ima neutralno mišljenje – *niti se slažem, niti se ne slažem*. Dobiveni podaci su iznenađujući. Očekivalo se da veći broj ispitanih ima pozitivno mišljenje o utjecaju knjige na bogaćenje njihova rječnika i razvijanje pismenosti (osnovne, čitateljske, informacijske) jer je to temelj za razvijanje svih vrsta učeničkih kompetencija koje ih kasnije vode prema cjeloživotnom obrazovanju. Slično tvrde Anish i Jincy (2017) te Merga (2014). Anish i Jincy (2017, str. 1939) smatraju da je čitanje važno sredstvo za uvođenje djeteta u svijet koji ga okružuje. Merga (2014, str. 161) kaže da su prednosti čitanja knjiga poboljšanje prepoznavanja riječi i vokabulara, poboljšani raspon kognitivnih sposobnosti i bolji profesionalni ishodi *post-škole*. Uz čitanje knjiga veže se i mašta te kreativni razvoj svakog djeteta, tj. učenika. Čitanje je proces razmišljanja, vrednovanja, prosuđivanja i heurističkog rješavanja problema. Dio je različitih vrsta pismenosti.

S tvrdnjom da čitanje knjiga utječe na teme njihova razgovora u *potpunosti se slaže* 17,5 % učenika, 20,3 % u *potpunosti se ne slaže*, a 28,7 % ispitanih učenika *niti se slaže, niti se ne slaže* s navedenom tvrdnjom. Ovo je u potpunoj suprotnosti od rezultata istraživanja dobivenih u Rusiji (Istraživanje, 2017). Razlog takvom stavu može biti tinejdžerska nezainteresiranost, stidljivost, nedostatak samopouzdanja, nedostatak kritičkog mišljenja, nedostatak općih kompetencija, nečitanje.

U odnosu na dobivene rezultate iz Tablice 2. vidljivo je da se dio ispitanih učenika u *potpunosti ne slaže* s tvrdnjom da čitanje knjiga utječe na razvijanje njihove kreativnosti/stvaralaštva (23,5 %). Jednako toliko u *potpunosti se slaže* s navedenom tvrdnjom. Unatoč takvom stavu, dvije trećine ispitanika u Hrvatskoj mjesečno ipak pročita barem jednu knjigu. U odnosu na odgovore *djelomično se slažem* i *ne slažem*, više je ispitanika koji se djelomično ne slažu s mišljenjem da čitanje knjiga ne utječe na razvijanje njihove kreativnosti (18,3 %), a djelomično se slaže 13,2 %. Neutralnih odgovora – *niti se slažem, niti se ne slažem* – bilo je 21,5 %. Kreativnost se može odnositi na književno i drugo umjetničko stvaralaštvo, kreativnost u svakodnevnoj komunikaciji kao i na *kritički proces* (Esquivel, 1995, str. 186). Iako je znanstveno dokazano da čitanje knjiga utječe na bogaćenje rječnika i razvijanje pismenosti, na teme razgovora među prijateljima te na kvalitetno ispunjavanje vremena, rezultat ovog istraživanja pokazao je da se učenici u najvećem postotku u *potpunosti slažu* samo s tvrdnjama o utjecaju čitanja knjiga na *obogaćivanje rječnika* (31,5 %) i utjecaju čitanja knjiga na *razvijanje pismenosti* (25,55 %), ali u nezavidnom postotku.

U odnosu na zadanu tvrdnju *čitanje knjiga utječe na kvalitetno ispunjavanje vremena*, 21,5 % ispitanika u *potpunosti se ne slaže* s njom, 18,3 % ispitanika u

potpunosti se slaže s navedenom tvrdnjom, a 28,7 % ispitanih izjasnilo se *niti se slažem, niti se ne slažem*. Ovo je pokazatelj da ispitanici učenici ipak ne cijene čitanje i knjigu kao bitnu kulturnu aktivnost u slobodno vrijeme, da nemaju razvijenu kulturu čitanja te da vjerojatno preferiraju neke druge aktivnosti.

4.3 Utjecaj marketinških aktivnosti na odluku o knjizi

Slika 12. pokazuje razlike u stavu učenika pri kupnji knjige koja im se vizualno jako sviđa. Da bi kupilo knjigu koja im se *na prvu* vizualno jako sviđa, izjasnilo se 47,8 % ispitanih učenika; 11,2 % ispitanika ne bi kupilo knjigu na takav način, dok 41 % ispitanika nije sigurno što bi se dogodilo u takvoj situaciji. Ovdje se primjećuje da ipak postoji prostor za promjenu stava prema knjizi. Rezultat je pokazao da 27,5 % ispitanika odabire knjigu za čitanje na temelju preporuke prijatelja (Slika 5.). Promjena učeničkog stava o knjizi može ovisiti o kvalitetnim marketinškim uslugama i aktivnostima, razgovorima o knjizi u školama i knjižnicama te o vršnjacima i masovnim medijima. Riječ masovnih medija (Jelušić, 2004; Zubac, 2006) može utjecati na promjenu svijesti o knjizi, čitanje, razvoj čitateljskih navika te prodaju knjiga. No, nerijetko se poslovni problemi unutar nakladničkih kuća odražavaju i na kvalitetne marketinške usluge i aktivnosti u knjižnom lancu. Svaki nakladnik želi ostvariti brzo, profitabilno poslovanje koje mu omogućuje opstanak i pozicioniranje na (globalnom) tržištu knjiga. Stoga se ne može uvijek sa sigurnošću tvrditi jesu li promovirani naslovi knjiga (bestseleri) zaista i najprodavaniji na tržištu u određenom mjesecu, kvartalu ili kalendarskoj godini. Kovač i Wischenbart (2015, str. 243–244) kažu da bestseleri mogu korektno i nekorektno utjecati na tržište knjiga. Prema njima, načelno gledano, popis bestselera odraz je prodanog broja knjiga na tržištu – što je više prodanih primjeraka određenog naslova, taj se naslov uspinje na popisu bestselera promovirajući tako određeno tržište, ali to nije uvijek i nužno pravilo. Kovač i Wischenbart (2015, str. 244 prema Miller, 2000, str. 297–298) navode da bestseleri mogu biti i samo neutemeljeni, u osnovi redakcijski konstrukti pojedinih masovnih medija. Autori kažu da na sastavljanje europskih popisa bestselera utječe i jezik. Prednjači engleski jezik. Smatraju da samo prijevodi knjiga napisanih na glavnim europskim jezicima prelaze jezične barijere i omogućuju im uspinjanje do vrha popisa bestselera. Slika 5. pokazuje da 10,5 % ispitanih učenika u Hrvatskoj bira knjige prema jeziku na kojem su napisane.

Na nacionalnoj razini “bestseleri” mogu biti i samo najprodavaniji naslovi određene naklade pojedinog nakladnika čiji uvjeti poslovanja ovise o teritorijalnom, regionalnom, jezičnom, sociodemografskom, kulturnom, gospodarskom i političkom okružju. Bestseleri mogu biti i samo misaoni proizvodi početničkog prodajnog predviđanja pojedinih nakladnika i/ili trgovaca knjigom bez relevantne

brojčane osnove. Razlog toga je što nakladnici marketinškim trikovima pokušavaju manipulativno utjecati na svijest potencijalnog kupca da bi poboljšali prodaju proglašavajući knjigu bestsellerom, a ona to zapravo nije. Ponekad se stvarni podaci tiražne prodaje skrivaju od javnosti da se ne bi narušio dignitet nakladnika i trgovca knjigom. Pretpostavlja se da stoga i nema kvalitetnih marketinških usluga i aktivnosti. S druge strane, Kovač i Wischenbart (2015, str. 244-245) ističu da popisi bestselera mogu i korektno utjecati na tržište knjiga s pomoću provjerenih metode *Nielsen BookScan sustava*, povećavajući tiražu u više izdanja dobro prodavanih naslova u nadi da će im upravo ona osigurati dugoročniju zaradu s promišljenim, unaprijed pripremljenim marketingom na temelju istog popisa te drugim sustavima.

Rezultati iz Slike 11. mogu biti pokazatelji financijskih mogućnosti roditelja ispitanika koji se u velikoj mjeri prenose na dijete/učenika. Iz toga je vidljivo da je veći broj ispitanika slabijeg imovinskog stanja. Ako usporedimo Sliku 11. sa slikama 12. i 13., vidimo da si ukupno jedna trećina ispitanih učenika može mjesečno priuštiti knjigu novijeg naslova, ne razmišljajući o cijeni, neovisno o tome kupuju li je za sebe ili kao dar. Ovdje treba uzeti u obzir da je cijena knjige visoka, posebice knjige tvrdih korica (cca 150,00 kuna = cca 20,21 euro). Slika 13. pokazuje da je 37,5 % ispitanih kupilo knjigu koja im se jako vizualno svidjela, a 62,5 % ispitanih učenika nije. S obzirom na činjenicu da 73,3 % ispitanih učenika prima mjesečni džeparac, a 26,7 % ne prima, te visinu mjesečnog iznosa džeparca (Slika 11.), na upitnost postojanja nakladničkih mrežnih knjižara te kvalitetu sadržaja koji nude na svojim mrežnim stranicama u Hrvatskoj (što bi trebalo još dodatno ispitati), rezultat nije iznenađujući.

Nakladnički marketing u hrvatskim medijima uglavnom je nevidljiv. Stoga bi mrežne stranice nakladničkih kuća trebale biti najpouzdaniji promotivni informacijski kanal (informiranje, prodaja, brojači posjećenosti stranice, transparentnost statističkog poslovanja). E-marketing može utjecati na proširenje tržišta u poslovanju i promociji knjige. U skladu s tim, Cox (2014, str. 5) kaže da postoje dva načina na koja svjetski nakladnici dodiruju tržište i izravno se povezuju s čitateljima:

- stvaranje kampanja u društvenim medijima za svoje naslove
- izgradnja i održavanje mrežnih zajednica.

S druge strane, svjetski nakladnici uvidjeli su priliku za praćenjem trendova koji će im donijeti prednost u marketingu i promociji kroz sastavljanje *pozadinskog popisa knjiga* koje su objavljene u prošlosti i još su uvijek dostupne na tržištu (engl. backlist). Cox (2014, str. 6) kaže da su nakladnici izvijestili o izravnom utjecaju ovakve vrste kampanja na prodaju knjiga, ali pitanje o njihovom utjecaju na čitanje ostaje otvoreno. U kontekstu e-knjige, Cox (2014) kaže i da je Yoav Lorch, osnivač i izvršni direktor tvrtke Total BooX, rekao da se naslovi koji se

najviše preuzimaju s e-platforni ne čitaju. Kaže da korisnike čini sretnima samo preuzimanje knjiga.⁵ Dakle, ova platforma i njoj slične imaju određenu vrstu kontrole nad čitateljima i zadiru u njihovu privatnost. Cox (2014, str. 11) kaže da nakladnici trebaju imati u vidu potrebe i interese milenijalaca jer oni jesu zainteresirani za kvalitetan sadržaj, jednostavnost korištenja, autentičnost, osobne kontakte s piscima, *brendove*, kvalitetne robne marke, mrežne lokacije, knjižare, osobe koja će im pomoći obraditi sadržaj. Dakle, iz zahtjeva milenijalaca mogu se izvući najbitniji segmenti koji bi se trebali uvažiti kao dio kvalitetnih marketinških usluga i aktivnosti. U tržišnom lancu knjige oni mogu pozitivno utjecati na kulturu čitanja.

5 Zaključak

Cilj rada bio je istražiti čitateljsku kulturu srednjoškolskih učenika u Republici Hrvatskoj u svrhu njezina osnaživanja i razvoja. S obzirom na uzorak, rezultati dobiveni ovim istraživanjem pokazali su da skoro jedna trećina ispitanih učenika u Hrvatskoj nema razvijenu kulturu čitanja. Međutim, dvije trećine ispitanika pročitao je mjesečno barem jednu knjigu. U istraživanju je sudjelovao manji broj srednjoškolskih ispitanika na razini Hrvatske pa uzorak nije reprezentativan. Stoga, na osnovi dobivenih rezultata anketnog istraživanja, nije moguće izvesti poopćenje zaključka, ali je moguće interpretirati rezultate u kontekstu dobivenog istraživanja. Dobiveni podaci iz cjelokupnog nalaza ovog istraživanja smatraju se samo mogućim novim hipotezama koje bi trebalo ponovno provjeriti na reprezentativnom uzorku na razini Hrvatske. Rezultati pokazuju:

- U najvećem postotku srednjoškolski učenici u Hrvatskoj nemaju razvijenu kulturu čitanja. To može biti posljedica opterećenosti nastavnim programima, svakodnevnim putovanjem iz sela u grad na školovanje, bavljenje nekim drugim izvanškolskim aktivnostima (sport, glazba, ples), preferiranje gledanja filmova i drugih kulturnih sadržaja na televiziji, preferiranje druženja s vršnjacima u slobodno vrijeme, nedostatak interesa, ali i lijenosti.
- Svi učenici u Republici Hrvatskoj nemaju jednaku dostupnost digitalnih medija. Razlog tomu može biti pokazatelj slabijeg socijalnog stanja roditelja ili

⁵ Total BooX je platforma za čitanje na kojoj (potencijalni) čitatelj preuzima knjigu besplatno i plaća samo za sadržaj koji pročita na njoj. Nakladnici koji sudjeluju na ovoj platformi mogu vidjeti koje knjige korisnici odabiru, na kojim stranicama i poglavljima se čitatelji zaustavljaju te što ih intrigira za nastavak čitanja. Total BooX može nakladnicima pružiti priliku da saznaju postoje li prizori ili ideje koje usporavaju i utječu na prestanak čitanja te daju autorima priliku za reviziju.

- nedostatak roditeljske svijesti da djeca trebaju biti digitalno pismena ili odraz roditeljske zaštite djeteta jer su roditelji svjesni opasnosti društvenih mreža.
- Učenici srednjih škola u Hrvatskoj najviše čitaju s papira što je u skladu s najnovijim metaistraživanjima o čitanju na različitim medijima.
 - Prepreke uspješnom čitanju knjiga srednjoškolskih učenika u Hrvatskoj su nedostatak slobodnog vremena, nezainteresiranost za knjigu, lijenost, nedostatak knjiga u školskim knjižnicama, nečlanstvo u narodnim knjižnicama i loši socioekonomski uvjeti.
 - Srednjoškolski učenici u Hrvatskoj, u većini, u potpunosti se slažu s tvrdnjom da čitanje knjiga utječe na bogaćenje njihova rječnika. Učenici postaju elokventniji.
 - Srednjoškolski učenici, u većini, u potpunosti se slažu s tvrdnjom da čitanje knjiga utječe na razvijanje pismenosti. Razvijanje pismenosti pomaže u ostvarivanju životnih ciljeva i afirmaciji učenika u društvu.
 - Srednjoškolski učenici niti se slažu, niti se ne slažu s tvrdnjom da čitanje knjiga utječe na teme razgovora s prijateljima.
 - Srednjoškolski učenici niti se slažu, niti se ne slažu s tvrdnjom da čitanje knjiga utječe na kvalitetno ispunjavanje njihova slobodnog vremena. Ovo je pokazatelj da učenici preferiraju neke druge (kulturne) aktivnosti te ne pridaju veliki značaj čitanju knjiga, pa u skladu s tim i nemaju razvijenu kulturu čitanja.
 - U najvećem postotku učenici se u potpunosti ne slažu s tvrdnjom da čitanje knjiga ima višestruki učinak na razvoj njihovih potencijala i izgrađivanje njihove cjelovite osobnosti, čiji je dio i kreativnost.
 - Srednjoškolski učenici u Hrvatskoj u velikoj većini ne pretražuju mrežne stranice nakladničkih kuća u svrhu informiranja o novitetima jer se pretpostavlja da dobiju informacije na drugim mjestima, primjerice u knjižnici, od medija, preko društvenih mreža i dr.
 - Dio srednjoškolskih učenika voljan je kupiti knjigu koja im se vizualno jako sviđa. Na odluku o kupnji knjige može utjecati iznos dobivenog džeparca, broj stranica knjige, jezik na kojemu je knjiga napisana, korice knjige, grafički dizajn knjige, kratak sadržaj na poleđini korica ili omotu knjige, preporuka drugih osoba, žanr, vrsta medija na kojem se čitaju knjige, sve veća dostupnost besplatnih e-knjiga te kvalitetan marketing.
 - U najvećem postotku srednjoškolski učenici primaju mjesečni džeparac minimalnog novčanog iznosa za koji se ne može kupiti niti jedna kvalitetnija i novija knjiga. Žanr (književni) najčešće utječe na samostalni odabir knjige za čitanje kod srednjoškolskih učenika, što je pokazatelj da učenici ipak biraju knjige prema vlastitim osobnostima.
 - Učenice više čitaju od učenika. Istraživanja pokazuju da danas žene čitaju više od muškaraca.

Uz iznesene hipotetske podatke, trebalo bi dodatno istražiti iz kojih razloga srednjoškolski učenici nisu članovi gradske ili seoske knjižnice u kojoj bi mogli pronaći knjigu po vlastitom izboru kada već njihova školska knjižnica nema odgovarajuću građu koja ih interesira; zbog čega velika većina srednjoškolskih učenika ne pregledava mrežne stranice nakladničkih kuća u svrhu informiranja o novitetima na tržištu knjiga te kolika je zastupljenost nakladničkih mrežnih knjižara u Hrvatskoj i kakva je kvaliteta sadržaja koji nude.

U kontekstu istraživanjem dobivenih podataka, za sada se može reći da je za poboljšanje kulture čitanja i kritičko mišljenje o pročitanoj te samosvijest učenika u informacijsko-tehnološkom, ali i suvremenom inkluzivnom društvu, ipak najbitnija volja i motivacija samoga učenika, a u podizanju svijesti mogu im pomoći knjižničari, učitelji, prijatelji s kojima se druže, roditelji, razvijenije nakladničke marketinške aktivnosti te više javnog govora o knjizi.

Literatura

Anish, C. A. i Jincy, J. (2017). Reading habits of higher secondary school students: a study. *Imperial journal of interdisciplinary research (IJIR)*, 3(5), 1939–1949. Dostupno 28. 2. 2018. na: <http://www.onlinejournal.in/IJIRV3I5/342.pdf>

Bautista, V. (2013, 20. travnja). *México vive crisis de lectura: la industria editorial debería ser más proactiva, dice experto* [Web log post]. Ciudad de Mexico: Excelsior. Dostupno 28. 2. 2018. na: <http://www.excelsior.com.mx/comunidad/2013/04/20/894944>

Bokan, A. i Cupar, D. (2017). Promocija i promicanje čitanja u narodnim knjižnicama Republike Hrvatske. *Libellarium*, 10(1), 51–76.

Cox, E. L. (2014, listopad). *Designing books for tomorrow's readers: how millennials consume content: white paper from publishing perspectives and publishing technology*. Oxford: Ingenta. Dostupno 28. 2. 2018. na: <http://www.ingenta.com/wp-content/uploads/2014/10/White-Paper-How-Millennials-Consume-Content.pdf>

Creel, S. L. (2007). Early adolescents' reading habits. *Young adult library services*, 5(4), 46–49.

Esquivel, G. B. (1995). Teacher behaviors that foster creativity. *Educational psychology review*, 7(2), 185–202.

Global Ebook Report. (2015). Wien: Rüdiger Wischenbart Content and Consulting. Dostupno 28. 2. 2018. na: http://www.wischenbart.com/upload/Global-Ebook2015_media-stats_PR.pdf

Global Ebook Report: press release and preview selected findings. (2017). Wien: Rüdiger Wischenbart Content and Consulting. Dostupno 28. 2. 2018. na: http://www.wischenbart.com/upload/GlobalEbook2017_press-release_selected-findings_01.pdf

Griswold, W., McDonnell, T. i Wright, N. (2005). Reading and the reading class in the twenty-first century. *Annual review of sociology*, (31), 127–141. Dostupno 28. 2. 2018. na:

<https://www.scholars.northwestern.edu/en/publications/reading-and-the-reading-class-in-the-twenty-first-century>

Hrvatski jezični portal [baza podataka]. (2006). Zagreb: Znanje. Dostupno 28. 2. 2018. na: <http://hjp.znanje.hr/index.php?show=search>

ISO 2789:2013. Information and documentation -- International library statistics. (2013) (5. izd.). Geneva: ISO. Dostupno 28. 2. 2018. na: <http://produccion-uc.bc.uc.edu.ve/programas/doc/conmuta/udo/ISO2789-2013.pdf>

Istraživanje: kod odabira knjiga studenti se vode putem savjeta na Internetu [blog]. (2017, 14. studenog). Moskva: Rossiya segodnya. Dostupno 28. 2. 2018. na: https://ria.ru/sn_edu/20171114/1508684524.html

Jelušić, S. (2004). Book publishing in Croatia today. *Javnost*, 11(4), 91–100.

Kovač, M. (2015a). “Bokes be not set by, there times is past, I gesse”: reflections on the end of the book. *Logos*, 26(4), 7–21. doi: 10.1163/1878-4712-11112087

Kovač, M. (2015b, 6. svibnja). *Življenje v času konca besedilne zavesti* [Video]. Ljubljana: Mestna knjižnica Ljubljana. Dostupno 28. 2. 2018. na: <https://www.youtube.com/watch?v=JT8VbJinTew>

Kovač, M. i Wischenbart, R. (2015). Cultural pluralism or cultural uniformity: bestselling fiction books in Europe. U A. Phillips (ur.), *The cottage by the highway and other essays on publishing: 25 years of Logos* (str. 243–260). Leiden: Koninklijke Brill NV.

Lloyd, A. (2010). *Information literacy landscapes: information literacy in education, workplace and everyday contexts*. Oxford: Chandos Publishing.

Loh, C. E., Ellis, M., Paculdar, A. A. i Wan, Z. H. (2017). Building a successful reading culture through the school library: a case study of a Singapore secondary school. *IFLA journal*, 43(4), 335–347.

Manguel, A. (2001). *Povijest čitanja*. Zagreb: Prometej.

McEwan, E. K. (2002). *Teach the mall to read: catching the kids who fall through the cracks*. Thousand Oaks, CA: Corwing Press.

Meler, M. (2006). *Marketing u kulturi*. Osijek: Ekonomski fakultet u Osijeku.

Merga, M. K. (2014). Are teenagers “really” keen digital readers? Adolescent engagement in ebook reading and the relevance of paper books today. *English in Australia*, 49(1), 27–37.

Milanović, M., Stričević, I., Maleš, D., Sekulić-Majurec, A. (2000). *Skrb za dijete i poticanje ranog razvoja djeteta u Republici Hrvatskoj*. Zagreb: Targa.

Miller, L. J. (2000). The best-seller list as marketing tool and historical fiction. *Book history*, 3(1), 286–304.

Owusu-Acheaw, M. (2014). Reading habits among students and its effect on academic performance: a study of students of Koforidua Polytechnic. *Library philosophy and practice*, paper 1130, 1–22. Dostupno 28. 2. 2018. na: <http://digitalcommons.unl.edu/libphilprac/1130>

Perrin, A. (2015, 19. listopada). *Slightly fewer Americans are reading print books, new survey finds*. Washington, D.C.: Pew Research Center. Dostupno 28. 2. 2018. na: <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2015/10/19/slightly-fewer-americans-are-reading-print-books-new-survey-finds/>

- PISA 2009 results: learning trends: changes in student performance since 2000. (2010). Paris: OECD. Dostupno 28. 2. 2018. na: <https://www.oecd.org/pisa/pisaproducts/48852742.pdf>
- PISA 2015. (2015). *Assessment and analytical framework: science, reading, mathematics and financial literacy*. Paris: OECD Publishing. Dostupno 12. 2. 2016. na: <http://www.oecd.org/publications/pisa-2015-assessment-and-analytical-framework-9789264281820-en.htm>
- Plaza, J. M. (2018, 18. siječanja). *Barómetro de la lectura 2017: se lee más pero peor*. Madrid: El Mundo. Dostupno 28. 2. 2018. na: <http://www.elmundo.es/cultura/literatura/2018/01/18/5a607873468aeb34758b4600.html>
- Plevnik, D. (2017). Kako je moguća nemoguća misija – motivacija mladih za čitanje. *Svezak, 19*(19), 11–12.
- Research evidence on reading for pleasure: education standards research team*. (2012). London: Department for Education - GOV.UK. Dostupno 10. 6. 2018. na: <https://www.gov.uk/government/publications/research-evidence-on-reading-for-pleasure>
- Roberts, D. F. i Foehr, U. G. (2004). *Kids and media in America*. New York: Cambridge University Press.
- Rutherford, L., Merga, M. K. i Singleton, A. (2018). Influences on Australian adolescents' recreational reading. *Australian journal of language and literacy, 41*(1), 44–56.
- Rutherford, L., Waller, L., Merga, M., McRae, M., Bullen, E. i Johanson, K. (2017). Countours of teenagers' reading in the digital era: scoping the research. *New review of children's literature and librarianship, 23*(1), 27–46.
- Sabolović-Krajina, D. (1989). Neki aspekti čitalačke kulture mladih. *Vjesnik bibliotekara Hrvatske, 32*(1–4), 71–94. Dostupno 1. 3. 2018. na: http://dzs.ffzg.unizg.hr/text/sabolovic_neki.htm
- Sargent, B. K. (2014, 28. srpnja). *Surprising self-publishing statistics* [mrežna stranica]. New York: Publishers Weekly. Dostupno 28. 2. 2018. na: <https://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/authors/pw-select/article/63455-surprising-self-publishing-statistics.html>
- Schwartz, S. H. i Ros, M. (1995). Values in the West. *World psychology, 1*, 91–122
- Singer, L. M. i Alexander, P. A. (2017). Reading on paper and digitally: what the past decades of empirical research reveal. *Review of educational research, 87*(6), 1007–1041. doi: 10.3102/0034654317722961
- Special Eurobarometer 399. (2013). *Cultural access and participation: report*. Bruselj: European Commission. Dostupno 28. 2. 2018. na: http://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/archives/ebs/ebs_399_en.pdf
- Special Eurobarometer 472. (2018). *Sport and physical activity: report*. Bruselj: European Commission. Dostupno 28. 2. 2018. na: <http://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm/ResultDoc/download/DocumentKy/82432>
- Stanić, S. i Jelača, L. (2017). Društveni kontekst čitanja i knjige: mišljenja i stavovi učenika. *Školski vjesnik, 66*(2), 180–199.
- Stričević, I. (2009). Čitanje u kontekstu školskih i narodnih knjižnica: uloga knjižnica u poticanju funkcionalnog čitanja i čitanja iz užitka. U R. Javor (ur.), *Čitanje – obaveza ili užitak* (str. 41–49). Zagreb: Knjižnice grada Zagreba.

Vojnić Hajduk, I. (2015). Novi pristup u radu s učenicima srednjih škola. *Vjesnik bibliotekara Hrvatske*, 1–2(58), 345–351. Dostupno 2. 3. 2018. na: <https://hrcak.srce.hr/143645>

Wolf, A. (2002). *Does education matter?: myths about education and economic growth*. London: Penguin Books.

Zasacka, Z. (2014). Teenagers and books – from daily reading to avoidance. *Edukacija quarterly*, 131(6), 67–80.

Zhou, Y. (2017, 4. studenog). *Goodreads data show that women reading self-help books are getting advice from men* [Web log post]. New York: Quartz. Dostupno 1. 3. 2018. na: <https://qz.com/1106341/most-women-reading-self-help-books-are-getting-advice-from-men/>

Zubac, A. (2006). *Čitalačke navike mladih*. Diplomski rad. Osijek: Filozofski fakultet.

Zubac, A. i Tominac, A. (2014). A research of the e-book market trends: North America and the European community. *Knjižnica*, 58(1–2), 123–150.

Zubac, A., Tominac, A. i Maričković, S. (2012). Transformacija knjige od pečenih glinenih pločica do elektroničke knjige. U D. Holcer (ur.), *Knjižnice - ukorak s promjenama: zbornik sažetaka* (str. 51). Zagreb: Hrvatsko knjižničarsko društvo.

Andreja Zubac

Filozofski fakultet, Sveučilište u Zagrebu, Ivana Lučića 3, 10000 Zagreb,
Republika Hrvatska
e-pošta: azubac@ffzg.hr