

Obsah

Poděkování	7
Předmluva	9
Prolog	12
1 Situace na knižním trhu před covidem aneb nečekaný host na knižním trhu	15
1.1 Stručný nástin proměn českého knižního trhu v posledním desetiletí	15
1.2 Knižní trh rok před pandemií covidu v České republice, statistiky, vzájemný poměr mezi vydáváním klasických knih, e-knih, audioknih, koncentrace nakladatelských subjektů	16
1.3 Zpráva o českém knižním trhu roku 2019	19
1.4 Čtenářské výzkumy a proměny či stabilita čtenářských zájmů	22
2 Metamorfózy a průběh covidových vln aneb kdy a jak budeme vydávat knihy?	25
2.1 Knižní trh v roce 2020 v dokumentech, Zpráva SČKN o knižním trhu, nakladatelé, média a čtenáři	25
2.2 Knižní trh v letech 2021 a 2022 v dokumentech, Zpráva SČKN o knižním trhu, nakladatelé, média a čtenáři	30
2.3 Deskripce a analýza celého období pandemie	34
3 Nakladatelé a knihkupci v covidové době aneb co vlastně budeme vydávat?	39
3.1 Jak nakladatelé a knihkupci prožívali pandemii?	39
3.2 Pokusy o nakladatelské výzkumy, e-knihy a knihovny	43
3.3 Výsledky agentury Sociores	46
3.4 Nakladatelé, knihkupci a jejich boj s covidem	53

4 Marketing a formy prodeje i nabídky knih v době covidu aneb jak a co prezentovat?	56
4.1 Formy prodeje a nabídky knih v průběhu pandemie	56
4.2 E-knihy a e-shopy	58
4.3 Audioknihy	58
4.4 Prodej a nabídky na internetu a další varianty	62
4.5 Internetová knihkupectví a antikvariáty	63
4.6 Analýza marketingových nástrojů při nabídce a prodeji knih	63
5 Ti druzí aneb bez koho se také knižní trh neobejde	68
5.1 Mediální obraz knižního trhu v průběhu covidu	68
5.2 Influenceri na knižním trhu jako nový fenomén	73
5.3 Knihovny a jejich čtenáři v době covidové	80
6 Čtenáři v covidové době aneb budeme vůbec chtít číst?	83
6.1 Úvodem čtenářského výzkumu studentů FSV UK	83
6.2 Čtenářský výzkum studentů FSV UK v letech 2020 a 2021	85
6.3 Čtenářský výzkum role a významu knižního influencerství	103
6.4 Pokus o deskripci a analýzu čtenářských výzkumů	107
7 Boj s časem, prohry a vítězství aneb výhledy do blízké i vzdálenější budoucnosti	111
7.1 Kniha jako téma v životě společnosti a její proměny	111
7.2 V jakých aspektech se změnil knižní trh v době pandemie?	118
7.3 Do jaké míry se realizovaly krizové scénáře, jakou roli sehrál během pandemie stát, prodej knih a marketing?	120
8 Závěrečná kapitola aneb jak nakladatelé vidí budoucnost knihy a knižního trhu po pandemii?	128
Epilog	133
Doslov	134
Spadla klec	134
Seznam pramenů a literatury	137