

# Το Βιβλίο και ο κόσμος της Ανάγνωσης στην Ελλάδα

Ιούνιος 2026



# Η ταυτότητα της Έρευνας

## Μεθοδολογία

Ποσοτική Έρευνα με Ερμηνευτικό εμπλουτισμό από Ποιοτική Έρευνα αναγνωστών καθ' όλη την διάρκεια

## Κοινό-Στόχος & Μέγεθος Δείγματος

Ευρύ κοινό, Άντρες – Γυναίκες (40%- 60%)

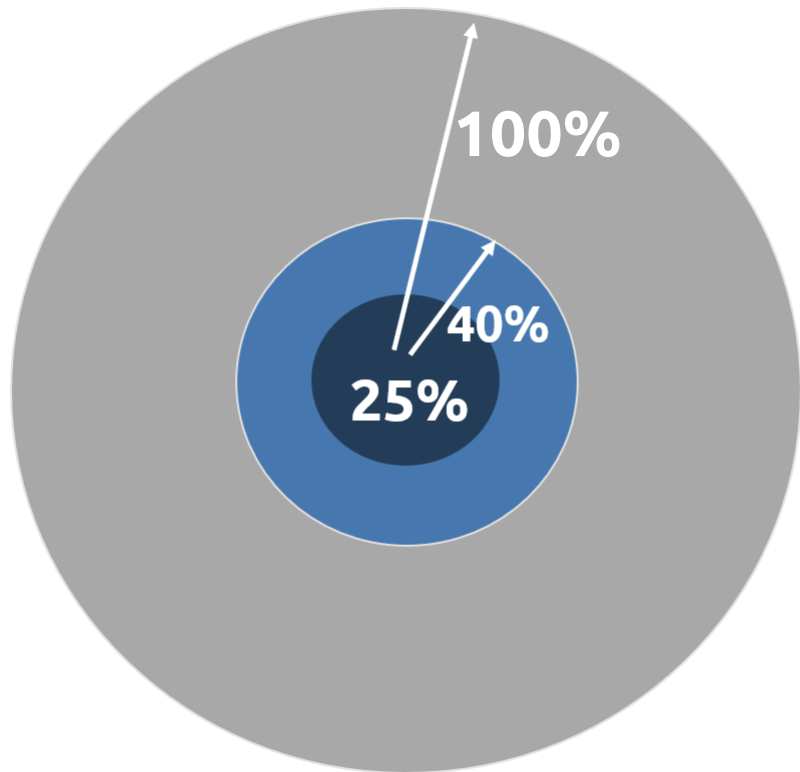
**Ηλικία:** 18 – 59 ετών

**Περιοχές:** Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Ηράκλειο, Πάτρα, Λάρισα, Βόλος, Ιωάννινα

**N=816** συνεντεύξεις

# Σχέση με την Ανάγνωση, ως συμπεριφορά

Διαβάζουν 3+ φορές/εβδομάδα



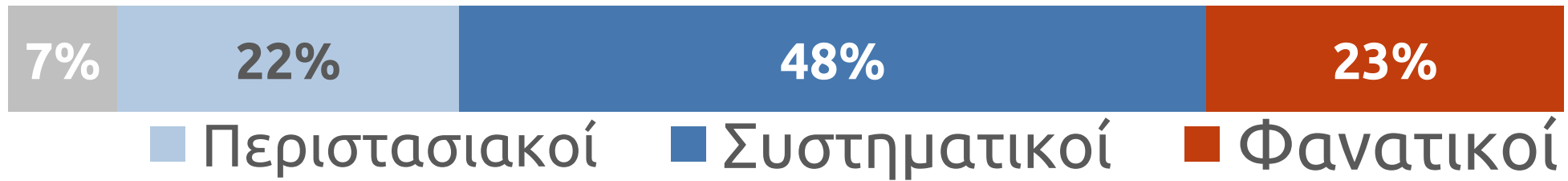
<b>25%</b>	Αφοσιωμένοι, ψυχαγωγικής ανάγνωσης
<b>40%</b>	Συχνοί αναγνώστες, ψυχαγωγικά ή χρηστικά
<b>100%</b>	Το ευρύ κοινό

Βάση: N=816

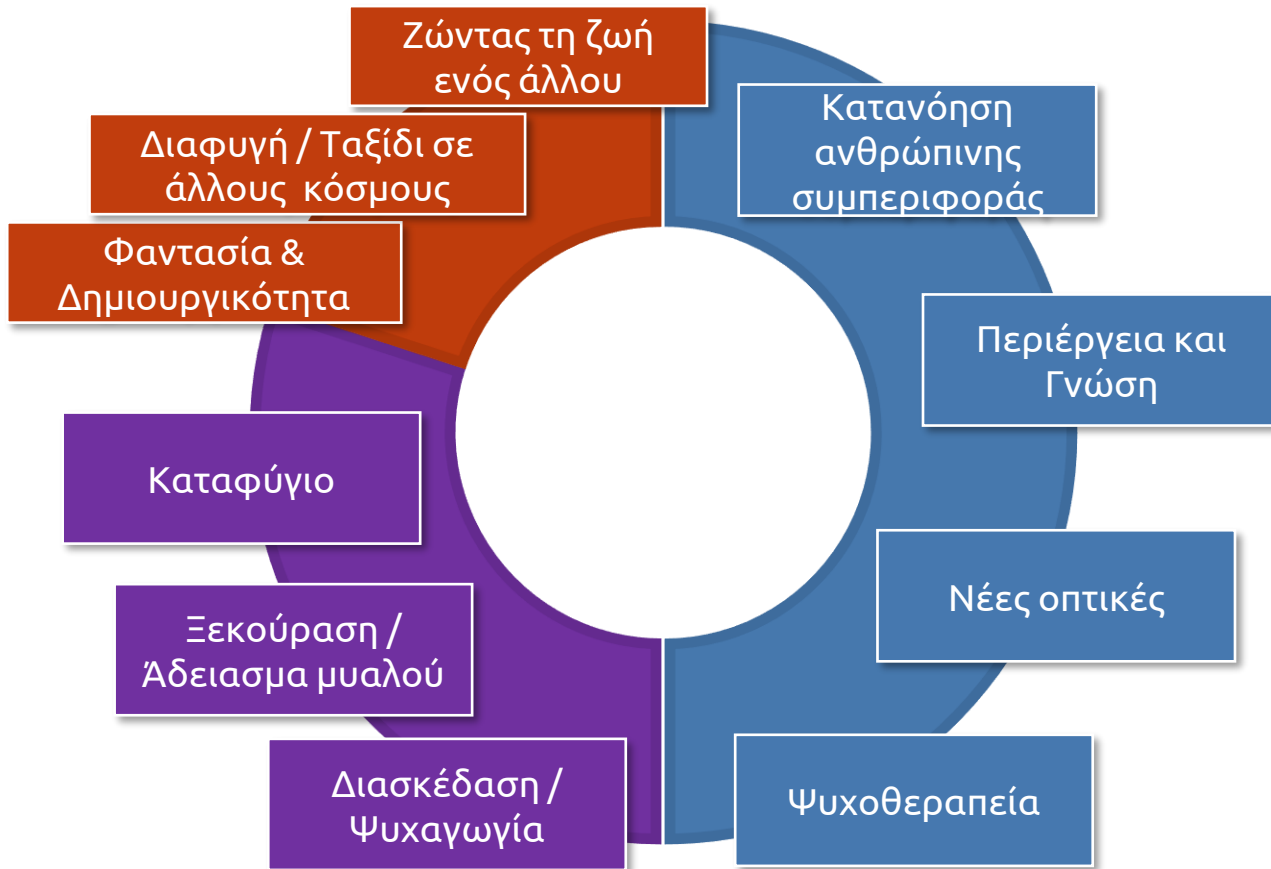
# Κοινά αναγνωστών βάσει αριθμού βιβλίων

Πόσα βιβλία διάβασαν οι αναγνώστες, κατά μέσο όρο τους τελευταίους 12 μήνες

4



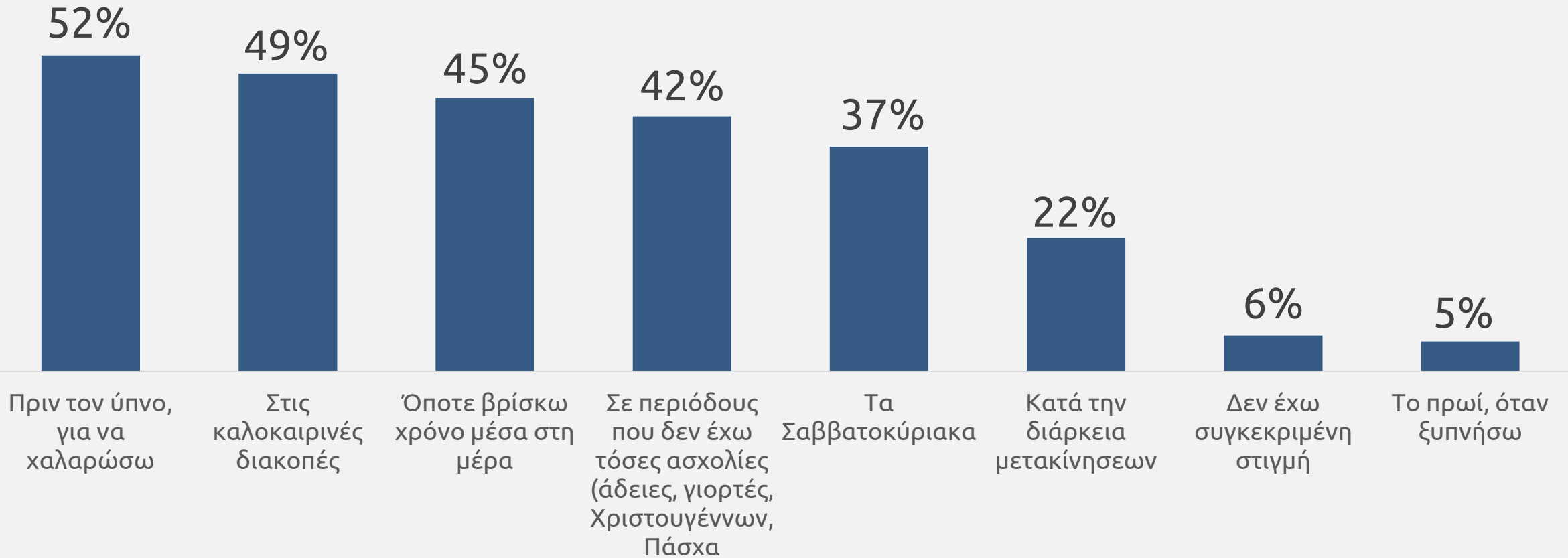
# Ο ρόλος του βιβλίου



- Νοητική Ικανοποίηση
- Υποστηρικτική / Ήσυχη Απόδραση
- Ενεργητική Φαντασιακή Απόδραση

# Ποιες στιγμές ζωής χωράνε το βιβλίο

## Χρονικές Στιγμές Ανάγνωσης



# Τα «γιατί» της ανάγνωσης

Θέλω να χαλαρώσω και να ξεφύγω από την καθημερινότητα



**Αποσύνδεση**

Είναι μια ασχολία που κάνω μαζί με τα παιδιά μου

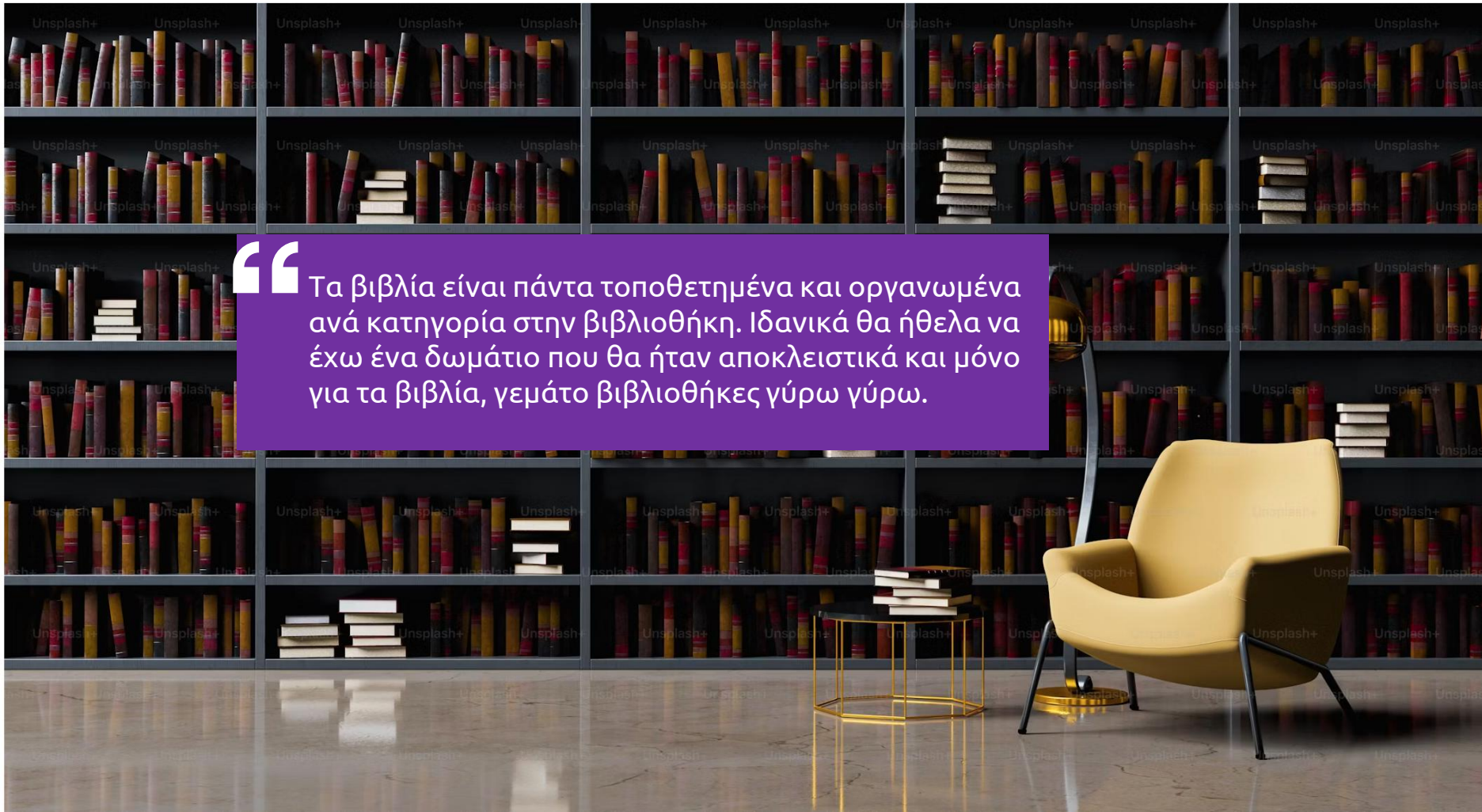


**Παράγοντας «σύνδεσης»**

■ Αρνητικοί (1,2) ■ Ουδέτεροι (3) ■ Θετικοί (4,5)

Σε μια κλίμακα συμφωνίας με την κάθε δήλωση που 1=Διαφωνώ απόλυτα και 5=Συμφωνώ απόλυτα

# Πώς το βιβλίο ζει μαζί μας



“ Τα βιβλία είναι πάντα τοποθετημένα και οργανωμένα ανά κατηγορία στην βιβλιοθήκη. Ιδανικά θα ήθελα να έχω ένα δωμάτιο που θα ήταν αποκλειστικά και μόνο για τα βιβλία, γεμάτο βιβλιοθήκες γύρω γύρω.

90%  
στην βιβλιοθήκη

# Πώς το βιβλίο ζει μαζί μας



23%

σε διάφορα σημεία στο σπίτι

“ Το βιβλίο είναι το μόνο πράγμα που μπορεί να έχει θέση σε οποιοδήποτε σημείο του σπιτιού, χωρίς να θεωρείται «αταξία».

# Η ζωή του βιβλίου μετά την ανάγνωση

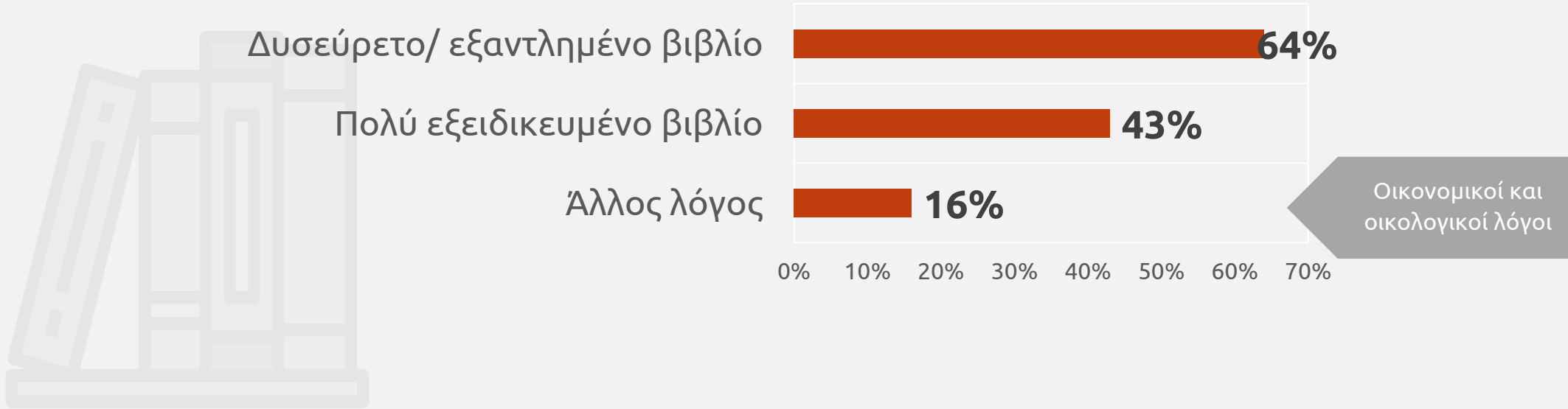
## Η ζωή των βιβλίων μετά την ανάγνωση

Τα κρατάω στη βιβλιοθήκη μου	84%
Τα δανείζω σε φίλους / γνωστούς	38%
Τα χαρίζω	19%
Τα ανταλλάσσω με νέα βιβλία (μεταξύ φίλων)	17%
Τα πουλάω σε πλατφόρμες μεταχειρισμένων βιβλίων	12%
Τα πάω στην αποθήκη	11%
Τα πετάω	1%
Τίποτε από τα παραπάνω	1%

# Η δεύτερη ζωή ενός βιβλίου

**34%** αγοράζει έντυπα βιβλία από καταστήματα/ βιβλιοπωλεία που πωλούν **μεταχειρισμένα βιβλία**.

## Ο λόγος ....



Βάση: Όσοι αγοράζουν έντυπα βιβλία από καταστήματα/ βιβλιοπωλεία που πωλούν μεταχειρισμένα βιβλία, N=274

# Η δυναμική των audiobooks

## Αφοσιωμένοι ή Τακτικοί Αναγνώστες

**89%** γνωρίζουν τι είναι τα audiobooks

**82%** θα τους ενδιέφερε να χρησιμοποιήσουν audiobooks στο μέλλον

**27%** χρησιμοποιεί ήδη audiobooks

## Αραιοί Αναγνώστες

**75%** γνωρίζουν τι είναι τα audiobooks

**69%** θα τους ενδιέφερε να χρησιμοποιήσουν audiobooks στο μέλλον

**14%** χρησιμοποιεί ήδη audiobooks

Η δυναμική του audiobook είναι ισχυρή  
μέσα σε όσους  
έχουν **ήδη** αγκαλιάσει την συνήθεια ανάγνωσης

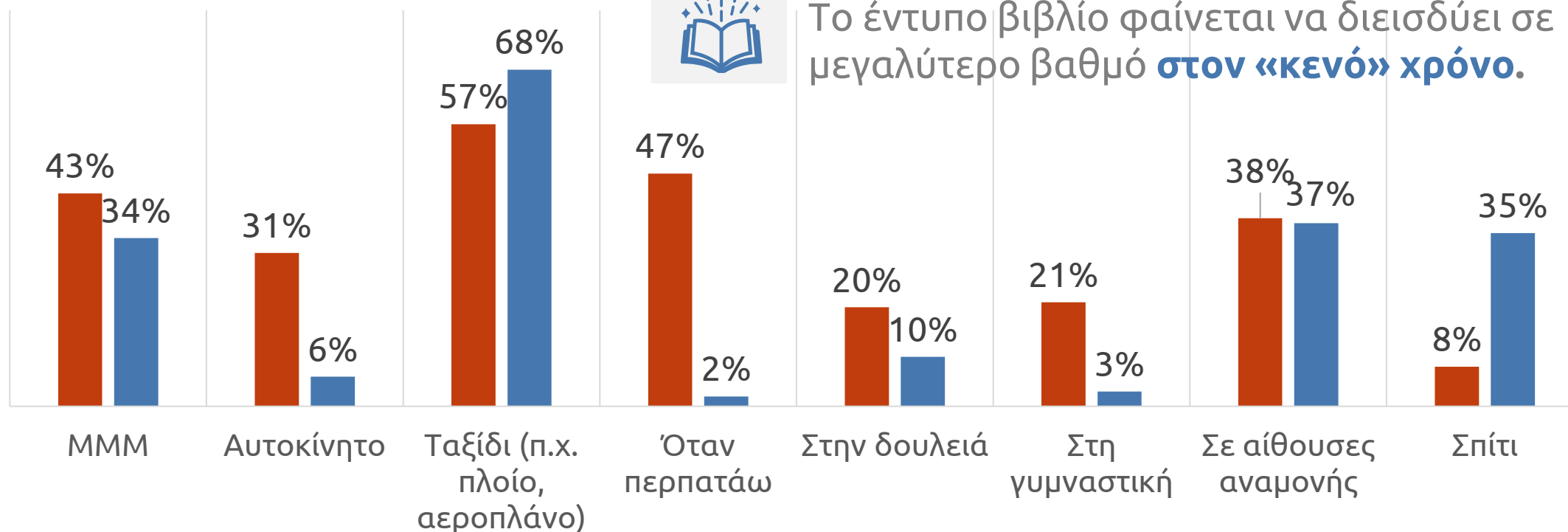
# Έντυπο βιβλίο vs Audiobooks : περιστάσεις ανάγνωσης



Το audiobook είναι από σύντροφος στον «κενό» χρόνο έως **ενεργή παρέα εν κινήσει**



Το έντυπο βιβλίο φαίνεται να διεισδύει σε μεγαλύτερο βαθμό **στον «κενό» χρόνο.**



■ Audiobooks (Όσοι ακούνε audiobooks, N=194)  
■ Έντυπα βιβλία (Όσοι διαβάζουν έντυπα βιβλία, N=672)

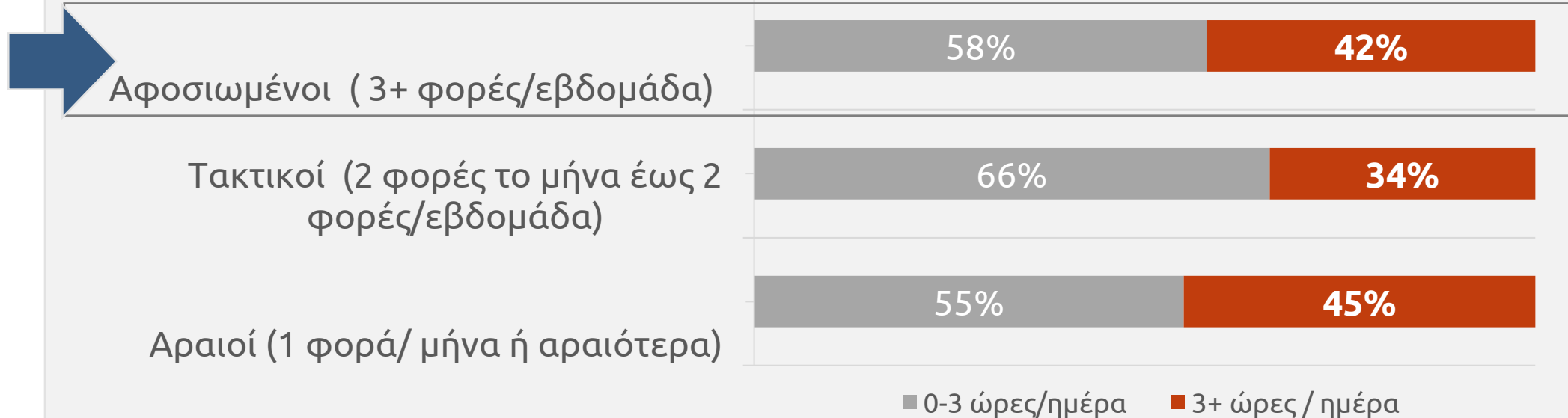
# Ψηφιακός χρόνος και αναγνωστικές συνήθειες

Χρόνος στα Social media και συχνότητα ανάγνωσης

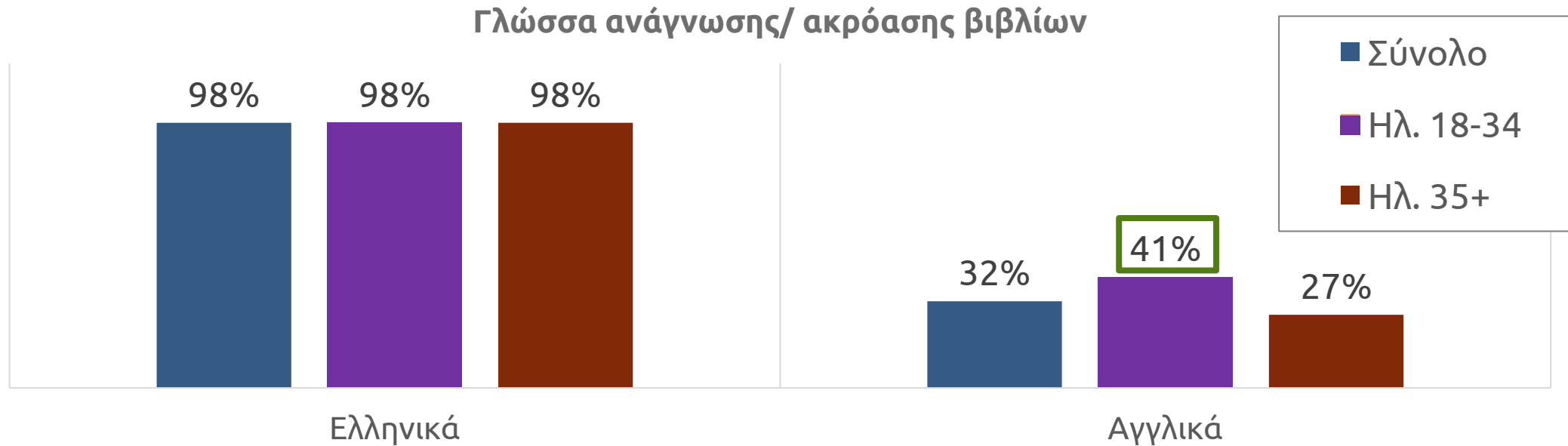
14

Οι αφοσιωμένοι αναγνώστες του βιβλίου φαίνεται να έχουν εξίσου σημαντική παρουσία στους ένθερμους χρήστες social media

Ώρες στα social media ανά Αναγνωστική Συχνότητα



# Γλώσσα Ανάγνωσης: Παράθυρο σε Νέους Κόσμους



60% - Προτίμηση στο αυθεντικό γλωσσικό ύφος του συγγραφέα

52% - Εξάσκηση/βελτίωση κατανόησης ξένης γλώσσας

51% - Ευκολότερη εύρεση ξενόγλωσσης έκδοσης

# Προτιμήσεις & επιλογές αναγνωστών

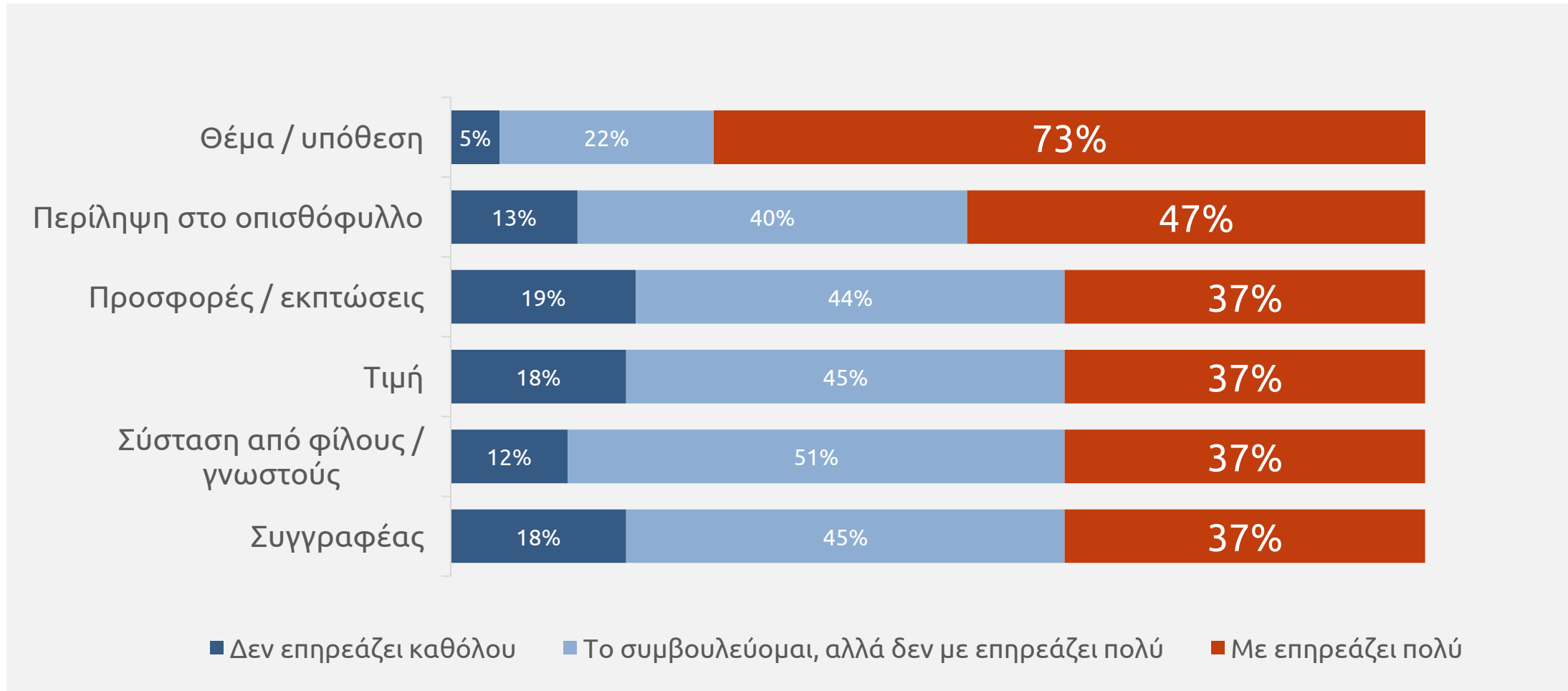


**Βασικό είδος που διαβάζουν**

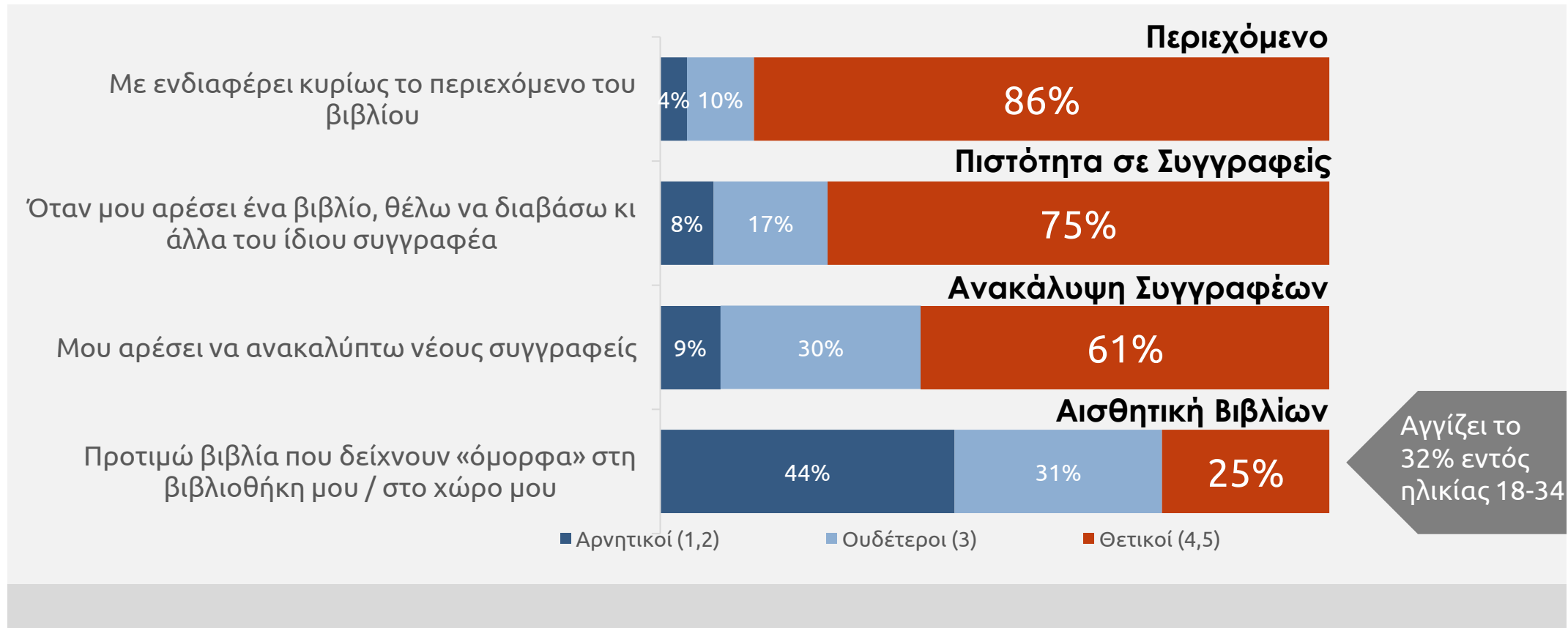
**Βιβλία που διαβάζουν**

Βάση: "Όσοι διαβάζουν βιβλία, N=780"

# Παράγοντες τελικής απόφασης αγοράς βιβλίου

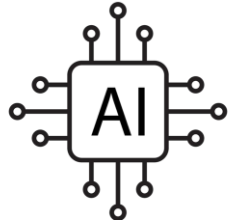


# Στάση Αναγνωστών



# Τεχνητή νοημοσύνη & βιβλίο

AI χρήση από τη θέση του αναγνώστη και από τη θέση του συγγραφέα



## Χρήση AI -έως σήμερα- για ...



Περίληψη βιβλίου

71%

29%



Κατανόηση κειμένου

59%

41%



Εξήγηση λέξης/εικόνας

46%

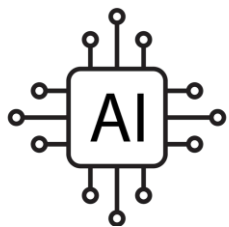
54%

■ Όχι ■ Ναι

“ Πολλοί άνθρωποι θα διαβάσουν βιβλία γραμμένα από ΤΝ αρχικά από περιέργεια ”

# Τεχνητή νοημοσύνη & βιβλίο

AI χρήση από τη θέση του αναγνώστη και από τη θέση του συγγραφέα



Πιθανότητα αγοράς βιβλίου που...

Έχει γραφτεί εξ' ολοκλήρου από AI



Έχει γραφτεί από συγγραφέα και AI μαζί



■ Δεν γνωρίζω ■ Όχι ■ Ίσως ■ Ναι

Η **συνύπαρξη ανθρώπου και AI στη συγγραφή** ανεβάζει την πιθανότητα αποδοχής από 31% σε 60% (ΙΣΩΣ ή ΝΑΙ)

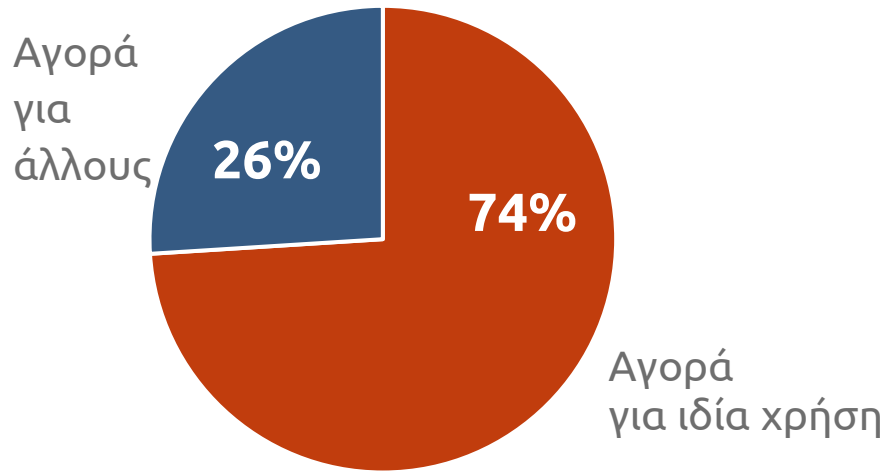
# Από την ανακάλυψη στην στιγμή της απόφασης αγοράς βιβλίων

## Κύριο μέσο ανακάλυψης νέων βιβλίων



**28%** δηλώνουν ότι αποφασίζουν για την αγορά του βιβλίου όταν βρεθούν στο βιβλιοπωλείο

# Το βιβλίο ως δώρο



<b>9.70</b>	...Βιβλία αγοράζονται ετησίως
<b>6.75</b>	...Βιβλία αγοράζονται για ίδια χρήση
<b>2.95</b>	...Βιβλία αγοράζονται για άλλους



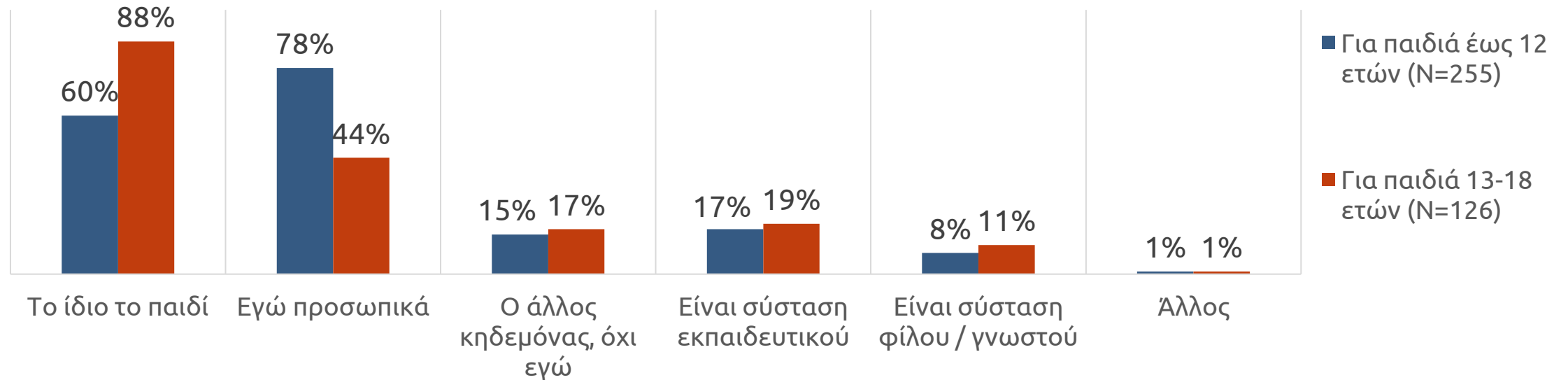
# Το βιβλίο ως δώρο



“Γιατί όταν κάνουμε δώρο τί δίνουμε; Εμάς δίνουμε...”

# Η επιλογή ενός παιδικού βιβλίου

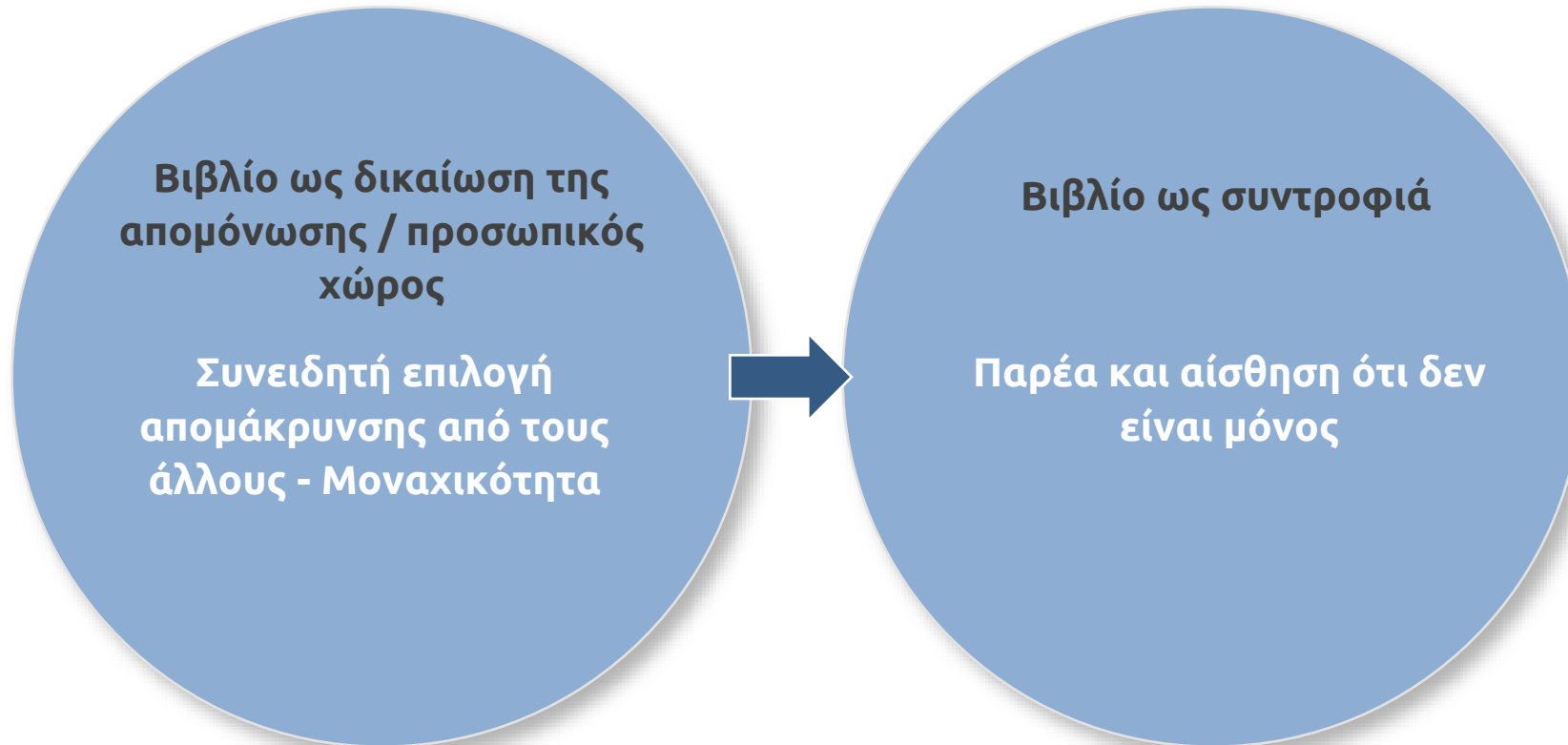
## Ποιος επιλέγει βιβλία για το παιδί σας;



Στο παιδικό βιβλίο δεν υπάρχει καθιερωμένη ζήτηση βάσει συγγραφέα, τουλάχιστον στο βαθμό που να υπερνικά τη σημασία άλλων διαστάσεων (εκπαιδευτικό περιεχόμενο, εντυπωσιασμός μέσω εικονογράφησης-πλοκής)

# Αντιληπτικός χάρτης του ρόλου του βιβλίου στην ζωή των ανθρώπων

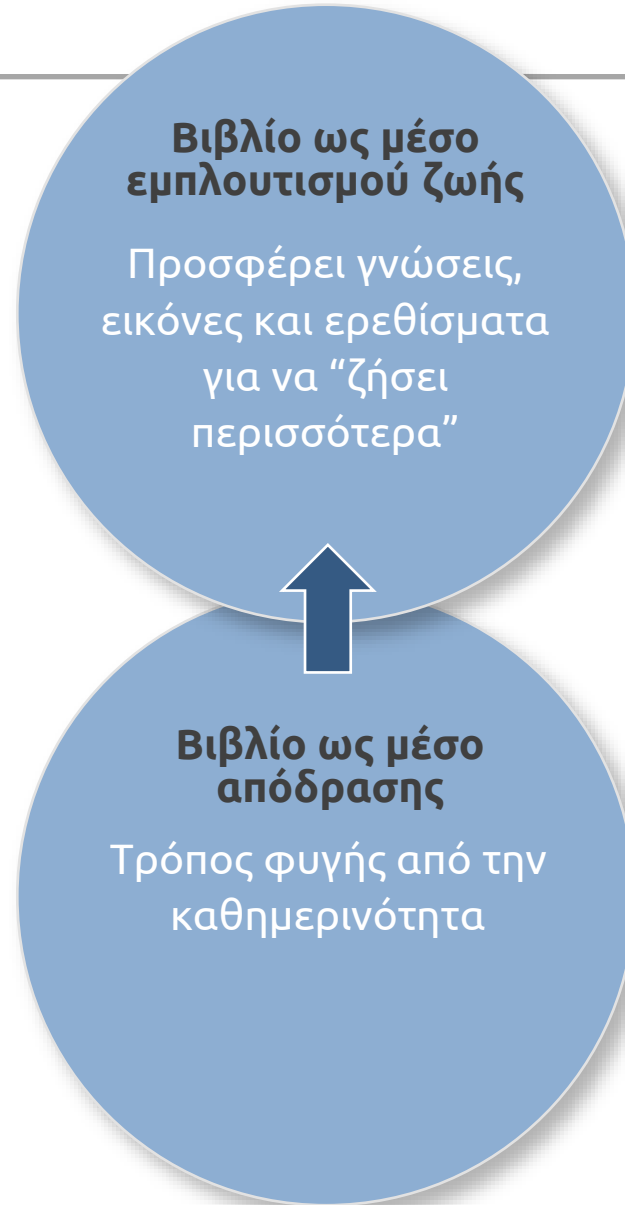
## Κοινωνική vs ατομική διάσταση της ανάγνωσης



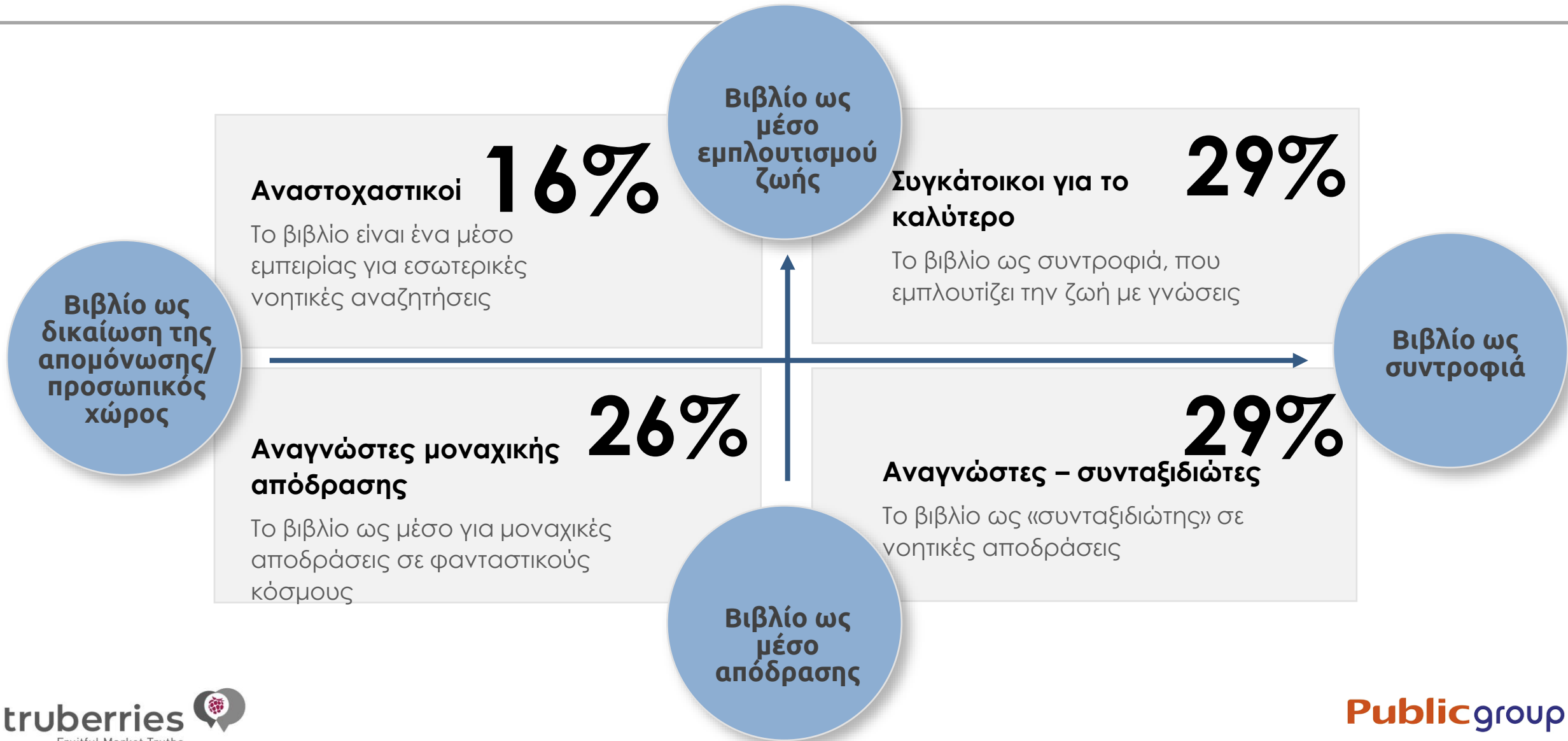
# Αντιληπτικός χάρτης του ρόλου του βιβλίου στην ζωή των ανθρώπων

## Ο σκοπός της ανάγνωσης

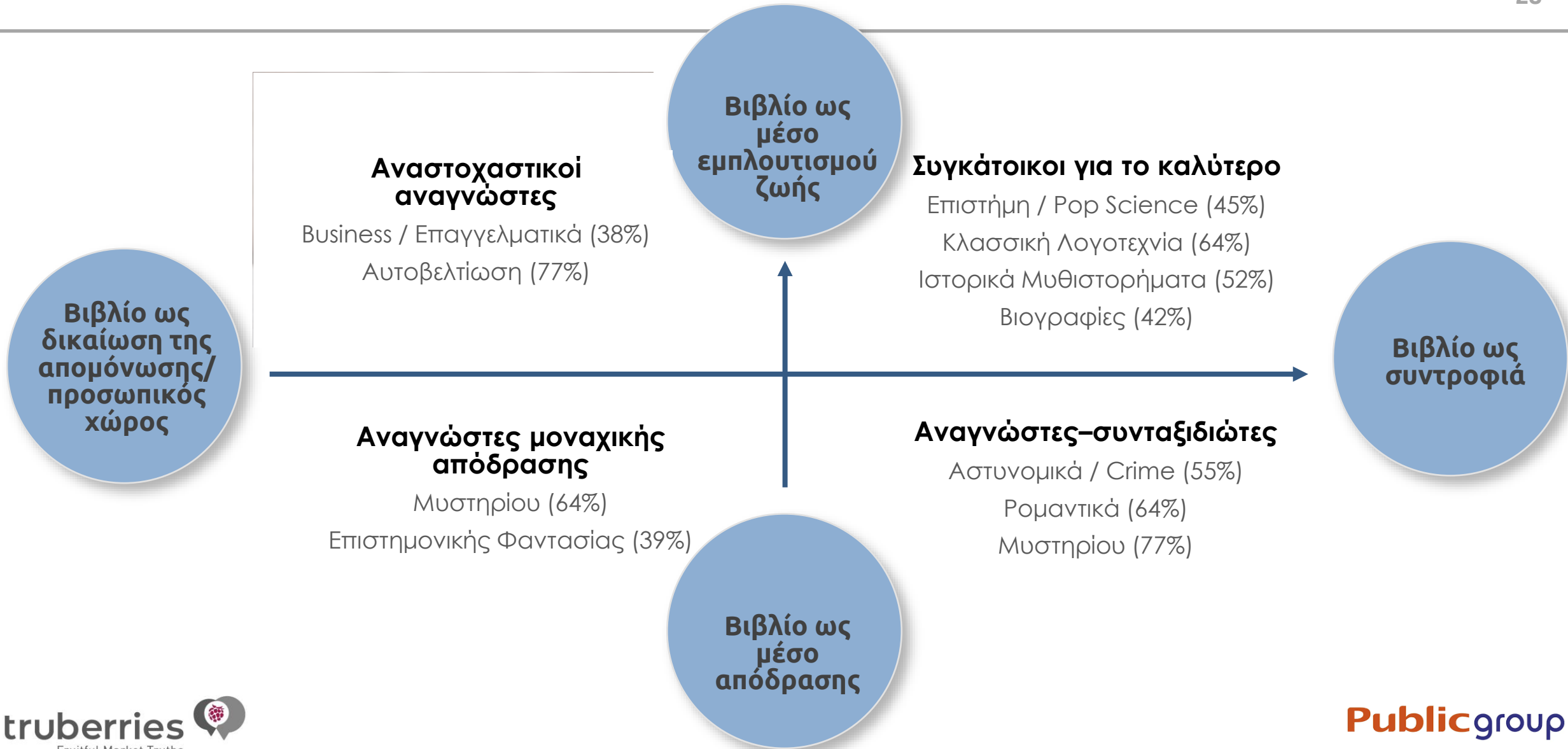
26



# Οι αναγνωστικές φυλές: τι αναζητούν



# Οι αναγνωστικές φυλές: τι είδη βιβλίων διαβάζουν



Το βιβλίο λειτουργεί είτε **ως σύντροφος** είτε ως διαβατήριο για την **απόλαυση της απομόνωσης**

Το έντυπο βιβλίο είναι κυρίως σημαντικός σύντροφος στον «κενό χρόνο» ενώ **το audiobook μπορεί να γίνει η ενεργή παρέα εν κινήσει.**

Το νέο βιβλίο «ανακαλύπτεται» εξίσου σε φυσικό κατάστημα όσο και online. Η αγορά όμως γίνεται από περισσότερα άτομα **στο φυσικό κατάστημα**

**Το ξενόγλωσσο ελκύει** ήδη τους αναγνώστες και θα ελκύει ακόμα περισσότερους τους μελλοντικούς αναγνώστες

**Η αισθητική του εξώφυλλου** ενδιαφέρει ένα μέρος των καταναλωτών και θα ενδιαφέρει περισσότερο στο μέλλον

Ο συγγραφέας αποτελεί άγκυρα πλοήγησης – όχι όμως στο παιδικό βιβλίο, όπου **εικονογράφηση και εκπαιδευτικός χαρακτήρας** επηρεάζουν περισσότερο τις αποφάσεις αγορών.



Ευχαριστούμε!