

Читання в Україні: поведінка, мотивація та інструменти залучення

Аналітичний звіт | Серпень 2026

Виконавець: Gradus Research спільно з Міністерством культури України за підтримки Фонду «Повір у себе»

Параметри дослідження



Метод збору інформації:

Якісний: глибинні інтерв'ю.

Кількісний: самозаповнення
анкети в мобільному додатку
Gradus.



Розмір вибірки:

Якісний: 41 респондент.

Кількісний: 2200 респондентів.



Цільова аудиторія дослідження:

Якісний: 26 фахівців – автори, видавці,
дистрибутори, бібліотекарі, організатори подій,
представники медіа, культурні менеджери;
15 осіб віком 18–60 років – люди з низькою або
відсутньою читацькою активністю в минулому, які
протягом останніх 1-2 років повернулися до
регулярного читання.

Кількісний: чоловіки та жінки, віком від 14 років, які
проживають в Україні, за виключенням тимчасово
окупованих територій та територій, де ведуться
активні бойові дії.



Період проведення поля:

Якісний: березень-квітень 2026
року.

Кількісний: 17 серпня-25 серпня
2026 року.

Мета кількісного дослідження

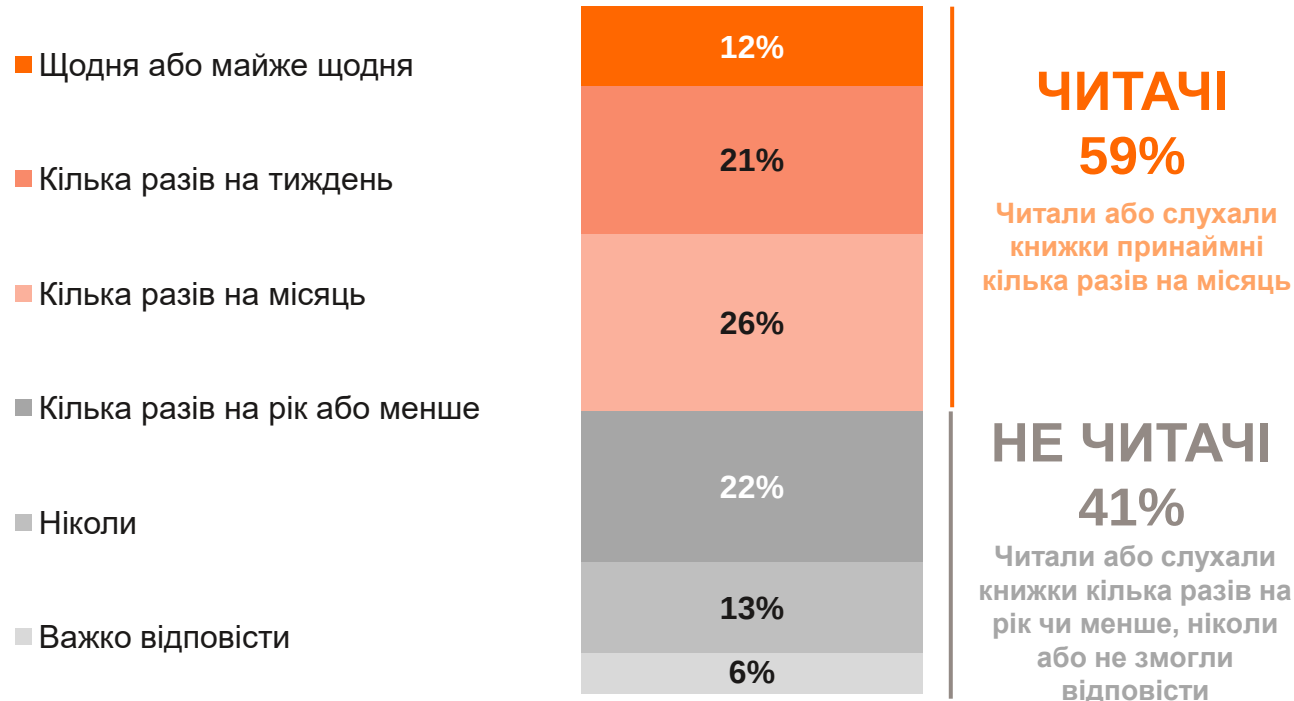
- Оцінити стан та особливості **читацької практики українців**, визначити основні бар'єри й мотиваційні чинники читання, а також оцінити ефективність інструментів популяризації читання та залучення нових читачів.

Цілі та задачі кількісного дослідження

- **Оцінити поширеність та особливості читацької практики серед українців.**
 - Визначити частоту читання та прослуховування книжок, обсяги й формати споживання літератури.
 - Дослідити жанрові та мовні вподобання читачів.
 - Оцінити динаміку читацької активності та досвід тривалих перерв у читанні.
- **Визначити основні бар'єри, що стримують регулярне читання.**
 - З'ясувати причини, через які люди читають рідше або взагалі не читають.
 - Оцінити доступність книгарень, бібліотек та інших каналів придбання й отримання книжок.
- **Ідентифікувати мотиваційні чинники та стимули до читання.**
 - Визначити фактори, які спонукають читати або слухати книжки частіше.
 - Дослідити чинники повернення до читання після тривалої перерви.
- **Дослідити роль інформаційних та соціальних каналів у популяризації читання.**
 - Визначити, де українці дізнаються про нові книжки та книжкові новинки.
 - Оцінити вплив соціальних мереж, книжкових блогерів, BookTok, рекомендацій друзів та інших джерел.
- **Оцінити ставлення до сучасної української літератури та книжкового ринку.**
 - Визначити рівень знання та сприйняття сучасних українських авторів.
 - Оцінити сприйняття представленості українських авторів на книжковому ринку.

Читання: формати, мотиви та емоційна роль

Читацькі практики українців: частота читання або слухання книжок протягом останніх 12 місяців



«Слід враховувати, що респонденти можуть несвідомо прикрашати власні читацькі звички: або через бажання відповідати соціально схвальній нормі, котрою є читання книг, або через звичайну похибку пам'яті, зокрема щодо того, чи була книга прочитана впродовж останніх 12 місяців або раніше».

**Інна Білоножка, книжкова аналітикиня,
кураторка дослідження**

База: всі респонденти, N=2200

Як часто протягом останніх 12 місяців ви читали або слухали книжки різних типів у вільний час? | У якому форматі ви читаєте або слухаєте книжки? |

Який формат книжок ви найчастіше обираєте для себе?

Чому читають/слухають книжки, а чому — ні?

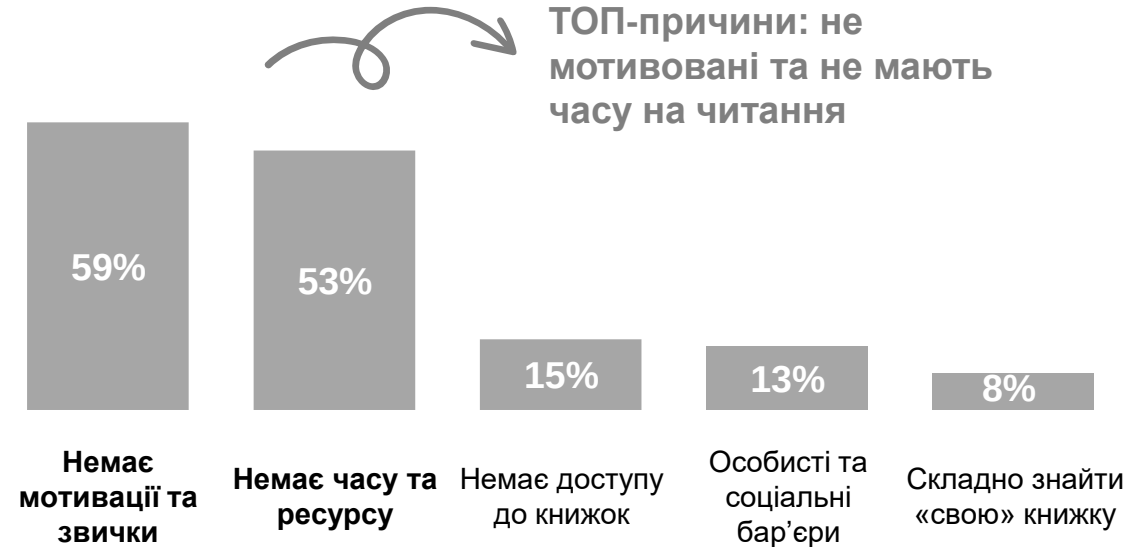
ЧИТАЧІ – 59%

Чому ви читаєте або слухаєте книжки?



НЕ ЧИТАЧІ – 41%

Чому ви не читаєте / не слухаєте книжки?



База: всі респонденти

Як часто протягом останніх 12 місяців ви читали або слухали книжки різних типів у вільний час? Чому ви читаєте або слухаєте книжки? Чому ви не читаєте / не слухаєте книжки?

Читання слугує способом емоційної підтримки під час війни



База: респонденти, які читали / слухали книжки протягом 12 місяців, N=1778
Після початку повномасштабної війни чи стало читання книжок допомагати вам у будь-який із наведених способів?

Більше третини українців назвали випадково знайдену цікаву книжку основним чинником читати більше



Міністерство
культури України

Ф О Н Д
П О В І Р У
(♦) С Е Б Е gradus

Чинники, що стимулюють читати більше



База: всі респонденти, N=2200

Динаміка частоти читання за останній рік



База: респонденти, які читали / слухали книжки протягом 12 місяців, N=1778

Як би ви оцінили свою частоту читання сьогодні порівняно з тим, якою вона була в минулому році? | Який із наведених факторів найбільше вплинув або міг би найбільше вплинути на те, щоб ви почали читати більше?

Друковані книжки залишаються найпоширенішим форматом читання



База: респонденти, які читали / слухали книжки протягом 12 місяців, N=1778. Як часто протягом останніх 12 місяців ви читали або слухали книжки різних типів у вільний час? | У якому форматі ви читаєте або слухаєте книжки? | Який формат книжок ви найчастіше обираєте для себе?

51% Статистично значущі відмінності **вище / нижче** порівняно з показником загалом
38% *жінки порівнюються з чоловіками

Власний досвід читання улюбленого автора, рекомендації й відгуки — основні критерії вибору книжок

(вказані ТОП-10 факторів)



База: респонденти, які читали / слухали книжки протягом 12 місяців, N=1778
Що зазвичай впливає на ваш вибір книжки?

Рекомендації друзів, знайомих і колег — одне з основних джерел інформації про книжкові новинки

(вказані ТОП-15 каналів)



База: респонденти, які читали / слухали книжки протягом 12 місяців, N=1778
Де ви зазвичай дізнаєтесь про нові книжки?

Читання конкурує з іншими справами та способами проведення вільного часу

(вказані ТОП-10 бар'єрів)



База: респонденти, які НЕ читали / слухали книжки протягом 12 місяців, N=422
Чому ви не читаете / не слухаете книжки?

Хоча короткий цифровий контент конкурує з читанням, він не обов'язково витісняє книжки:

Три механізми, що потребують різних відповідей:

1

Пряма конкуренція за вільний час

Людина, яка переглядає відео у транспорті або перед сном, здебільшого не є потенційним читачем у цей самий час.

2

Довгостроковий і більш суттєвий: **регулярне споживання надкороткого контенту може знижувати здатність до тривалої концентрації уваги**, особливо у дітей.

3

Парадоксальний: ті самі платформи можуть бути ефективним каналом залучення до читання.

BookTok (книжковий контент у TikTok) і Bookstagram (книжковий контент у Instagram) є задокументованими драйверами продажів у країнах, де вони активно використовуються.



«Люди, які в метро сидять і дивляться TikTok, вони ніколи книжку там не читали. Чи це витіснення читання? Ні. Свого часу вони так само сиділи зі скляними очима або грали у "2048"».

Гліб Вишлінський, дослідження та аналітика

Дані з якісного етапу дослідження

Споживання та читання друкованих КНИЖОК

Кожен восьмий українець, який обирає друковані книжки, читає більше однієї книги на місяць:



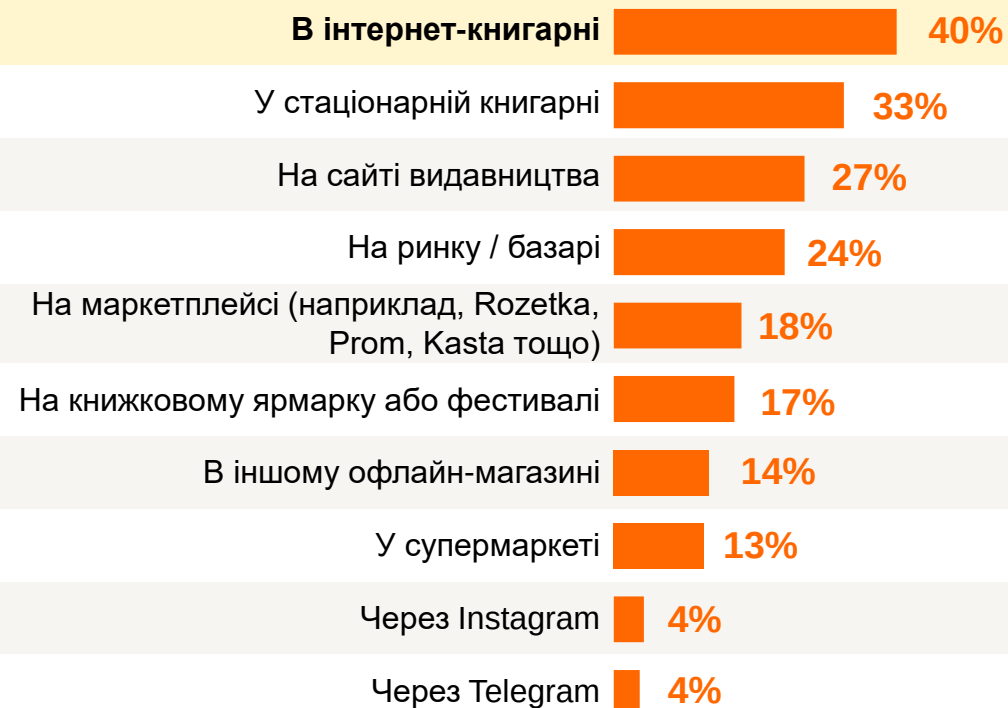
База: респонденти, які обирають для себе друковані книжки, N=1037
Скільки друкованих книжок ви прочитали за останні 12 місяців? | Приблизно скільки часу за останній тиждень ви витратили на читання друкованих книжок для власного задоволення або саморозвитку?

Де українці беруть і купують друковані книжки?

Де брали друковані книжки для читання



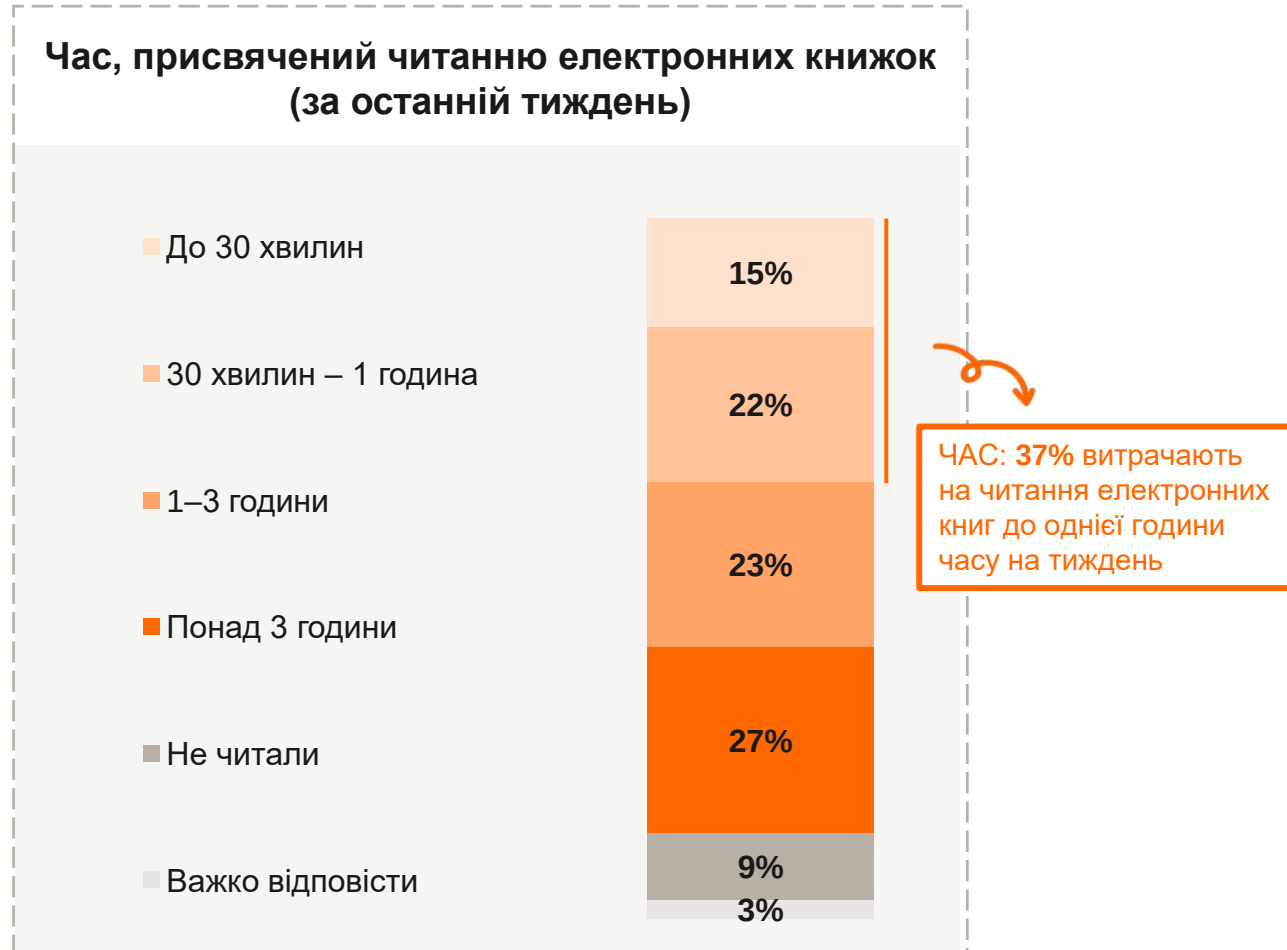
Де купували нові та вживані друковані книжки



База: респонденти, які купували нові або вживані друковані книжки, N=537

Споживання та читання книжок у діджитал форматах

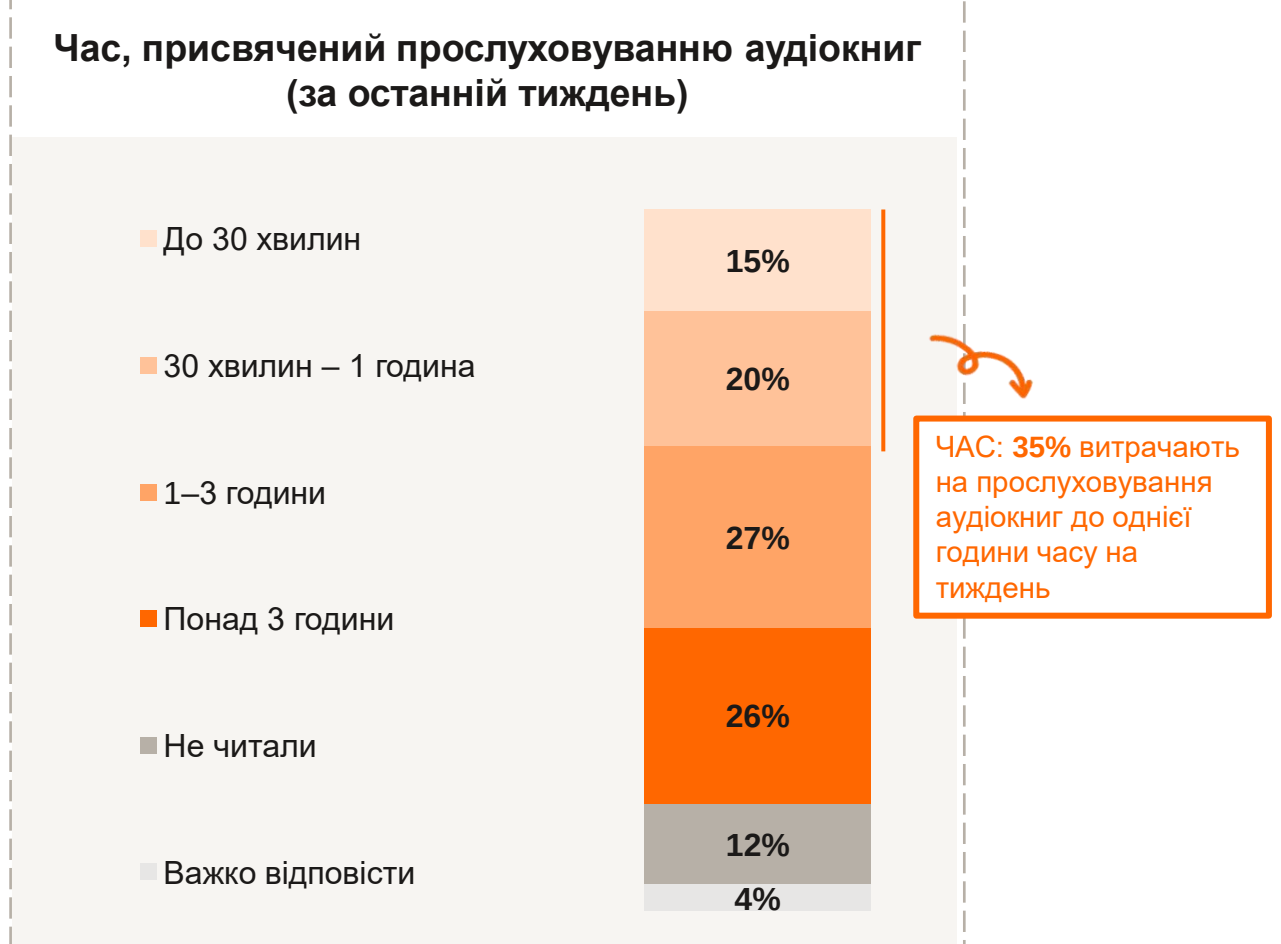
Кожен четвертий українець, який обирає електронні книги, читає більше однієї е-книги на місяць:



База: респонденти, які обирають для себе електронні книжки, N=781

Скільки електронних книжок ви прочитали за останні 12 місяців? | Приблизно скільки часу за останній тиждень ви витратили на читання електронних книжок для власного задоволення або саморозвитку?

Кожен четвертий українець, який обирає аудіокниги, слухає більше однієї аудіокниги на місяць:



База: респонденти, які обирають для себе аудіокнижки, N=622
Скільки аудіокнижок ви прослухали за останні 12 місяців? | Приблизно скільки часу за останній тиждень ви витратили на прослуховування аудіокнижок для власного задоволення або саморозвитку?

Мови читання та ставлення до російськомовних книжок

Мовні практики: жінки 25-44 найменш схильні до читання/слухання російською мовою

(у статеві-віковому розрізі)

	Загалом	Чоловіча	Жіноча	14-17	18-24	25-34	35-44	45-54	55+
Українською	87%	84%	90%	89%	91%	89%	90%	85%	85%
Російською	42%	52%	33%	36%	37%	29%	32%	51%	52%
Англійською	8%	8%	8%	14%	18%	11%	8%	5%	5%
Іншими мовами	1%	1%	2%		3%	1%	1%	2%	2%
Важко відповісти	1%	1%	1%	4%		2%	1%	1%	1%
База: N=	1778	859	919	93	144	283	330	281	648

База: респонденти, які читали / слухали книжки протягом 12 місяців
Якими мовами ви читали або слухали книжки протягом останніх 12 місяців?

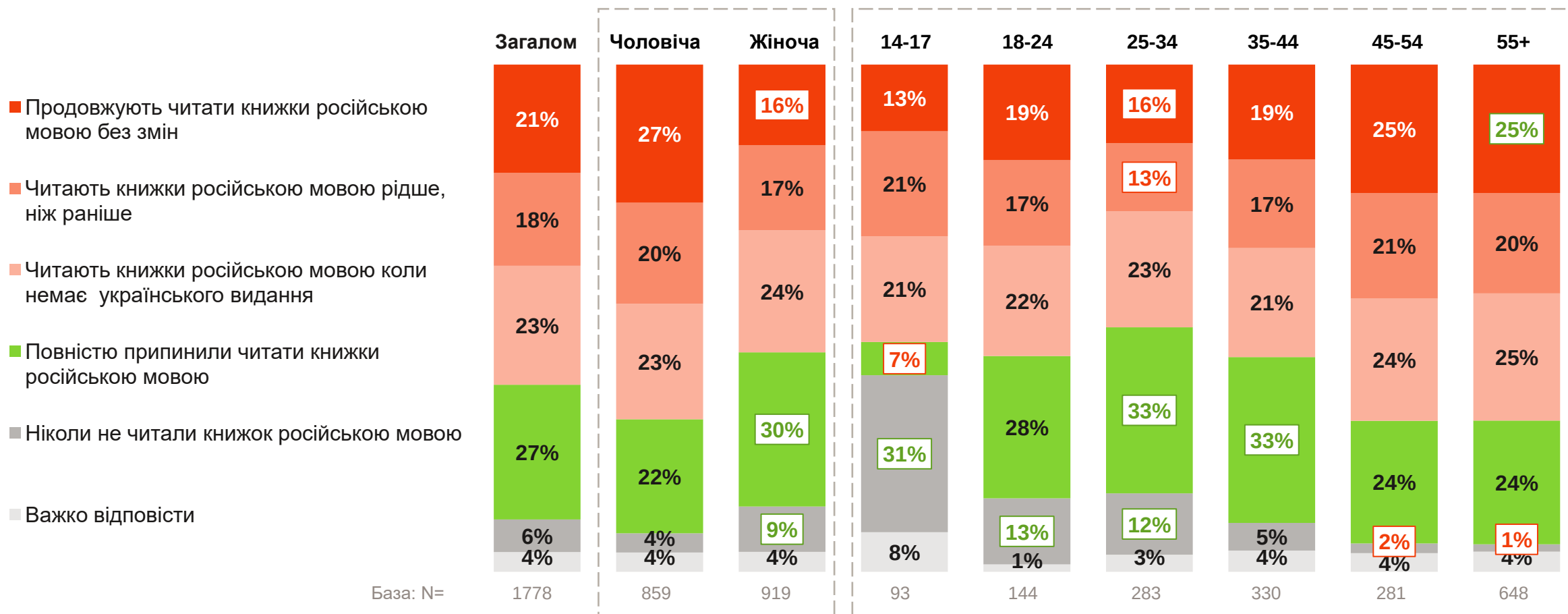
«...частина аудиторії, особливо старшої, продовжує шукати російськомовні книжки через мовну звичку або відсутність потрібних видань українською».

Дані з якісного етапу дослідження

45% Статистично значущі відмінності **вище** / **нижче** порівняно з показником загалом
28% *жінки порівнюються з чоловіками

Старша аудиторія продовжує читати книжки російською мовою так само часто, як і раніше

(у статеві-віковому розрізі)

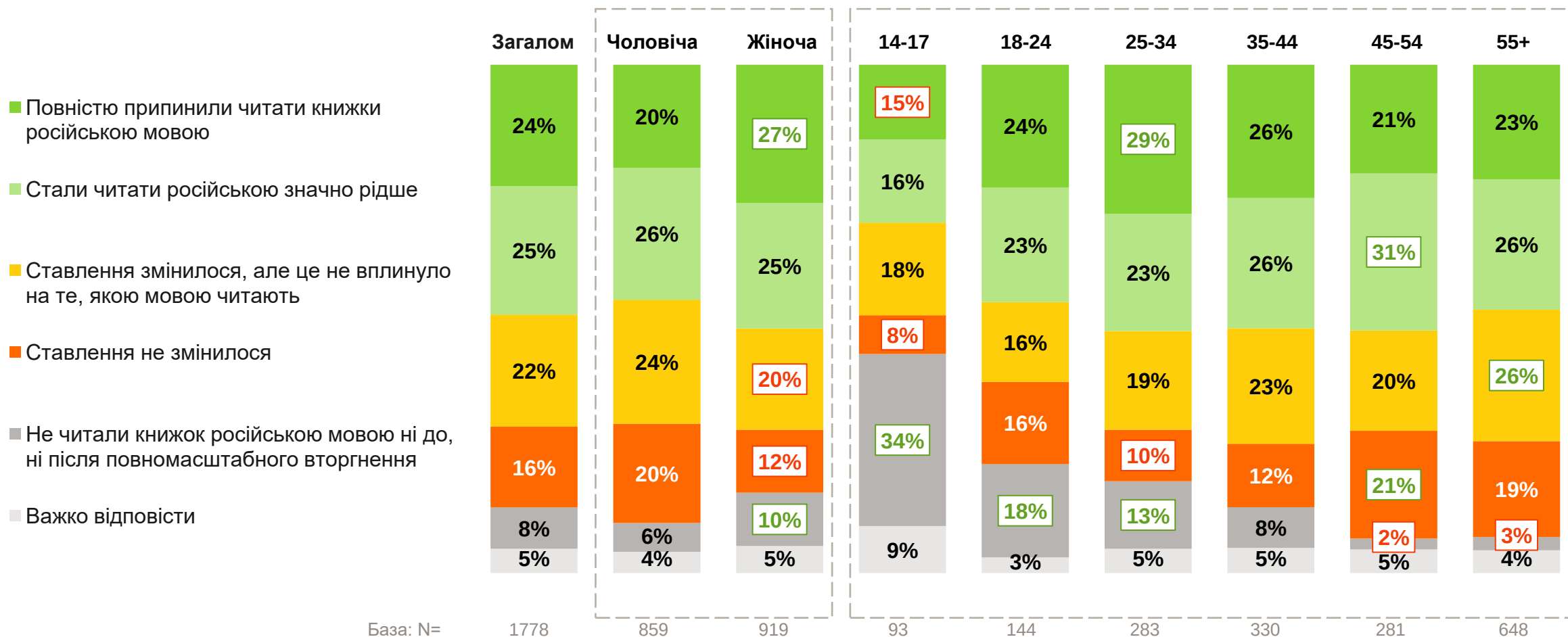


База: респонденти, які читали / слухали книжки протягом 12 місяців
 Яке з наведених тверджень найбільше відповідає вашому ставленню до книжок російською мовою?

45% Статистично значущі відмінності **вище** / **нижче** порівняно з показником загалом
28% *жінки порівнюються з чоловіками

Хоча ставлення до читання російською мовою і змінилось, ця зміна не вплинула на мову читання

(у статеві-віковому розрізі)



База: респонденти, які читали / слухали книжки протягом 12 місяців

Чи змінилося ваше ставлення до читання книжок російською мовою після початку повномасштабного вторгнення росії в Україну?

45% Статистично значущі відмінності вище / нижче порівняно з показником загалом
28% *жінки порівнюються з чоловіками

Досвід повернення до читання після перерви

Читання не зникає: воно відходить на другий план і повертається за сприятливих обставин

(дані з якісного етапу дослідження)



Міністерство
культури України

Фонд
ПОВІР У
() СЕБЕ gradus

Перерва у читанні:

- * Книжка відійшла на другий план.
- * Пауза описується не як свідоме рішення, а як стан, при якому читання «не йшло».
- * Книжка не зникала з горизонту, але відходила на другий план через обставини, зокрема роботу, виснаження, звичку до коротшого контенту.



Повернення до читання:

Повернення до читання відбувається по-різному. Для частини учасників це було **усвідомлене рішення**, для інших — **збіг обставин**.



«Для «нових читачів» стрес є водночас і бар'єром читання книжок, і стимулом та драйвером».

Дані з якісного етапу дослідження

70% українців мали тривалі перерви у читанні

Досвід тривалих перерв у читанні (6 місяців або довше)

■ Так

66% - Чоловіки
74% - Жінки

80% - 18-24
77% - 25-44
61% - 55+

■ Ні

■ Важко відповісти

70%

25%

5%

Тривалість перерви у читанні

■ До 1 року

■ 1–2 роки

■ 3–5 років

■ Понад 5 років

■ Важко відповісти

53%

31%

8%

4%

5%

69% - 14-17

База: респонденти, у яких був період коли вони майже не читали і не слухали книжок, N=1246

База: респонденти, які читали / слухали книжки протягом 12 місяців, N=1778. Чи був у вашому житті період (6 місяців або довше), коли ви майже не читали і не слухали книжок? | Приблизно скільки тривав цей період?

45% Статистично значущі відмінності **вище** /
28% **нижче** порівняно з показником загалом
*жінки порівнюються з чоловіками

Третина українців, які мали перерву у читанні, повернулась до регулярного читання



База: респонденти, у яких був період коли вони майже не читали і не слухали книжок, N=1246
Чи повернулися ви після цього до регулярного читання або прослуховування книжок? | Що найбільше вплинуло на ваше повернення до читання?

Читацькі вподобання та знання про українську літературу

Детективи та історичні романи лідирують завдяки 55+, а інші вікові групи частіше обирають психологію

Показані жанри, які набрали більше 10%

	Загалом	Чоловіча	Жіноча	14-17	18-24	25-34	35-44	45-54	55+
Детективи	47%	46%	48%	44%	37%	36%	39%	51%	57%
Історичні романи	31%	31%	31%	14%	21%	22%	26%	29%	43%
Сучасна художня література	25%	22%	28%	25%	25%	21%	26%	22%	28%
Художня класична література	25%	24%	26%	16%	17%	19%	23%	26%	31%
Фентезі	24%	28%	21%	34%	31%	24%	26%	27%	19%
Романтична література	24%	9%	39%	32%	29%	29%	26%	20%	21%
Саморозвиток	23%	24%	22%	19%	17%	26%	29%	22%	20%
Психологія	21%	16%	26%	33%	30%	28%	27%	17%	13%
Наукова фантастика (Sci-Fi)	19%	30%	8%	16%	13%	13%	15%	26%	22%
Трилери	19%	20%	17%	17%	29%	15%	17%	22%	17%
Науково-популярна література	18%	26%	10%	10%	10%	16%	15%	17%	22%
База: N=	1778	859	919	93	144	283	330	281	648

База: респонденти, які читали / слухали книжки протягом 12 місяців
Які жанри книжок ви читаете або слухаете найчастіше?

45% Статистично значущі відмінності вище /
28% нижче порівняно з показником загалом
*жінки порівнюються з чоловіками

Без підказки українцям не просто згадати сучасних українських авторів



Міністерство
культури України

Фонд
ПОВІР У
() СЕБЕ gradus

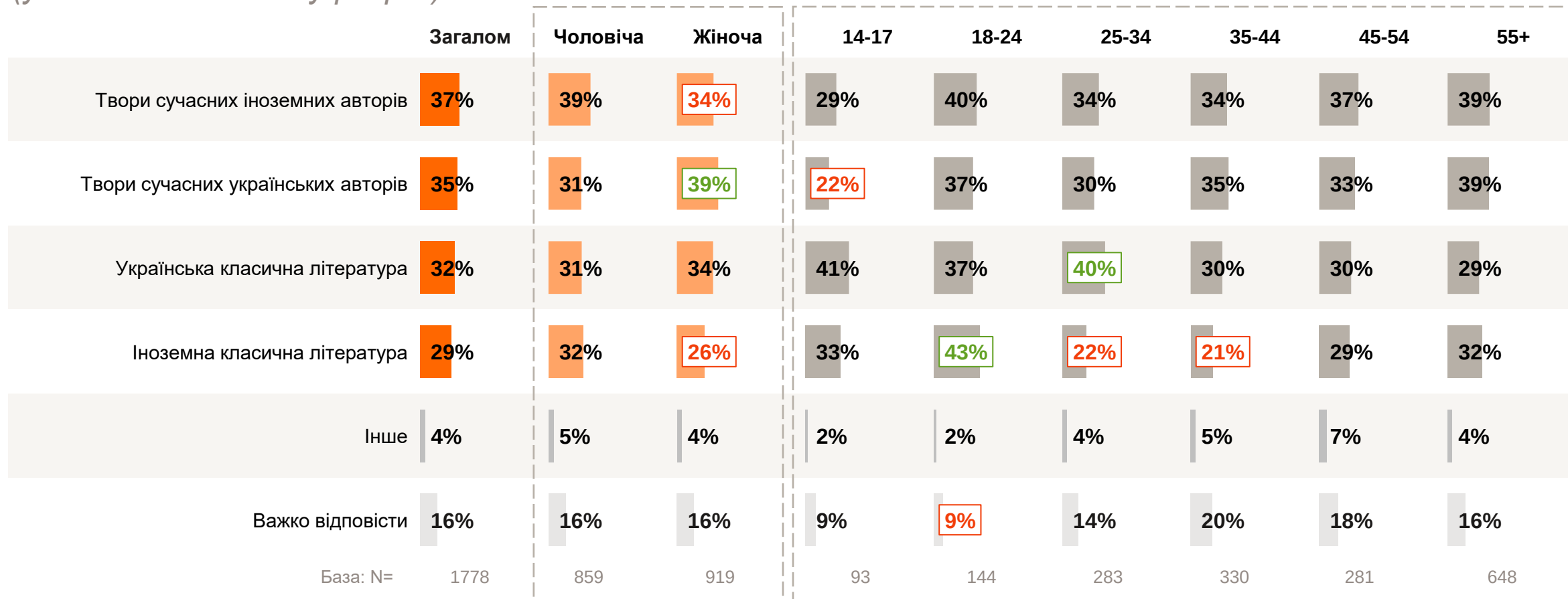


* Частина респондентів не конкретизувала ім'я автора.

На слайді представлені альтернативи, які набрали 2% та більше по показнику Спонтанного знання
База: всі респонденти, N=2200
Яких сучасних українських авторів ви знаєте? (Top-of-mind) / (Спонтанне знання)

Жінки більш схильні обирати сучасних українських авторів, а молодь — іноземну класику

(у статеві-віковому розрізі)

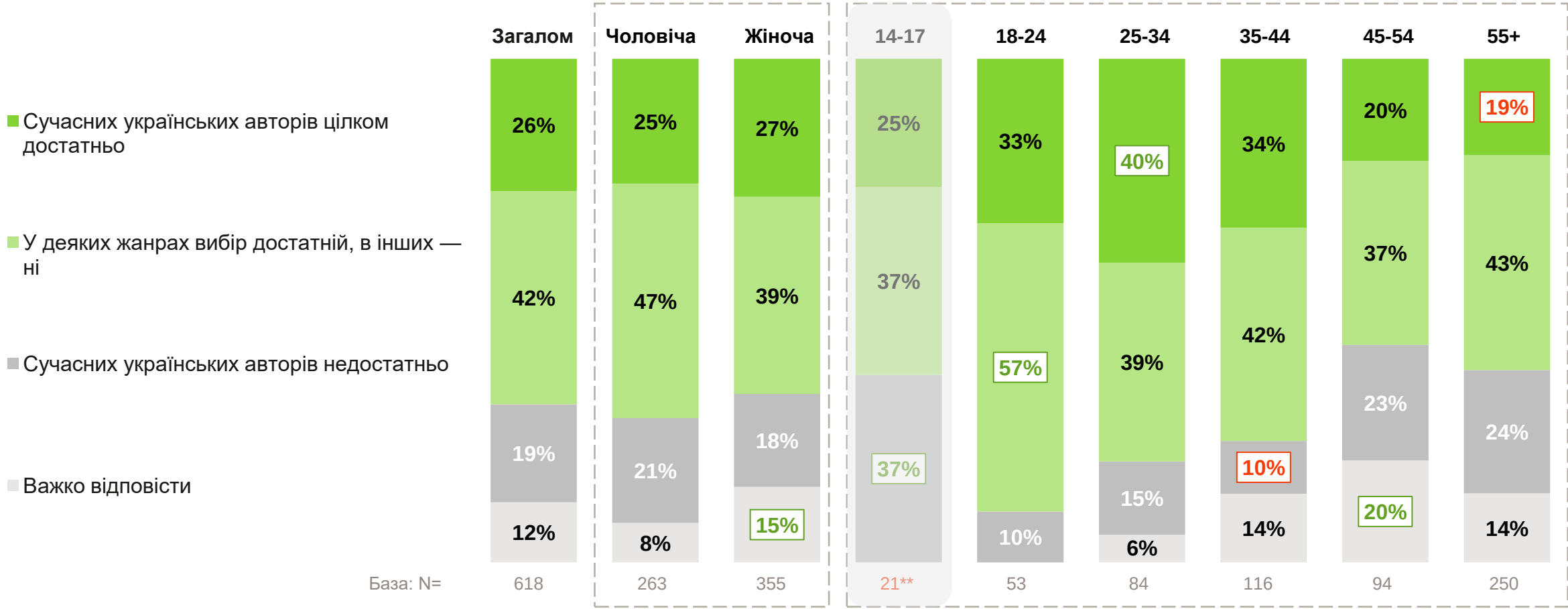


База: респонденти, які читали / слухали книжки протягом 12 місяців
Яку літературу ви читаєте або слухаєте найчастіше?

45% Статистично значущі відмінності **вище / нижче** порівняно з показником загалом
28% *жінки порівнюються з чоловіками

У молоді і старшого покоління розходяться думки щодо представленості українських авторів

(у статеві-віковому розрізі)

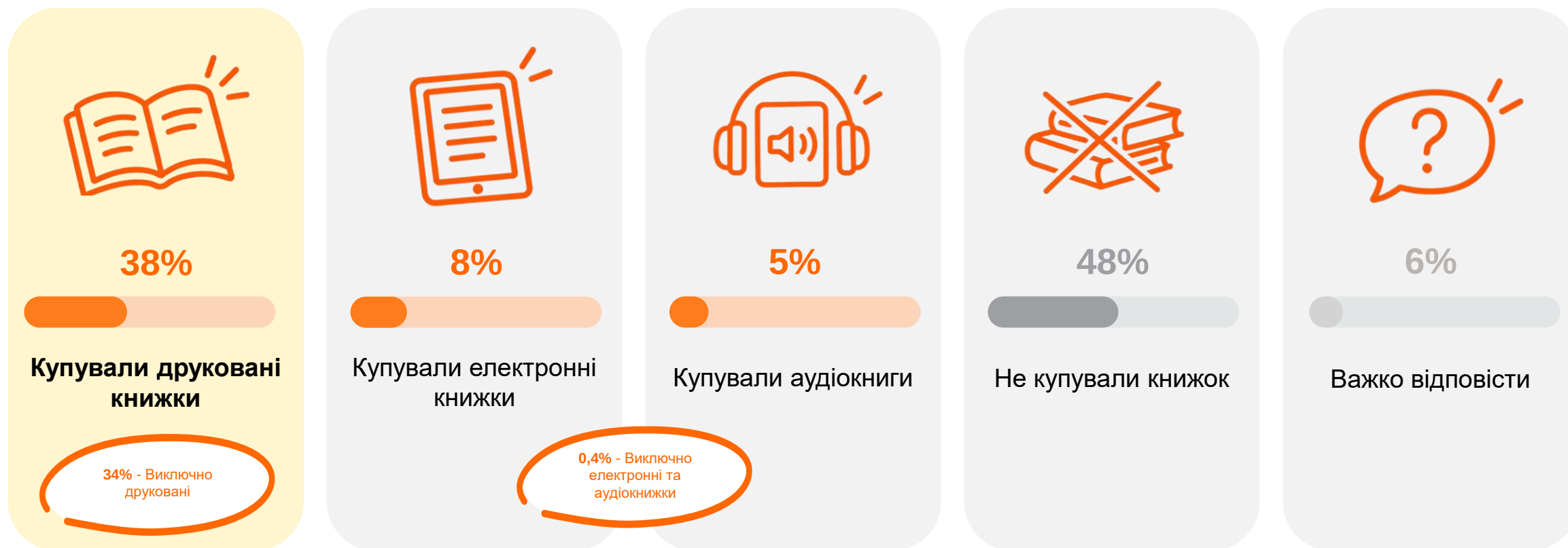


База: респонденти, які читають / слухають твори сучасних українських авторів
Як ви оцінюєте представленість сучасних українських авторів на книжковому ринку?

45% Статистично значущі відмінності вище /
нижче порівняно з показником загалом
28% *жінки порівнюються з чоловіками
**недостатня база для аналізу

Купівля книжок: поведінка та вподобання

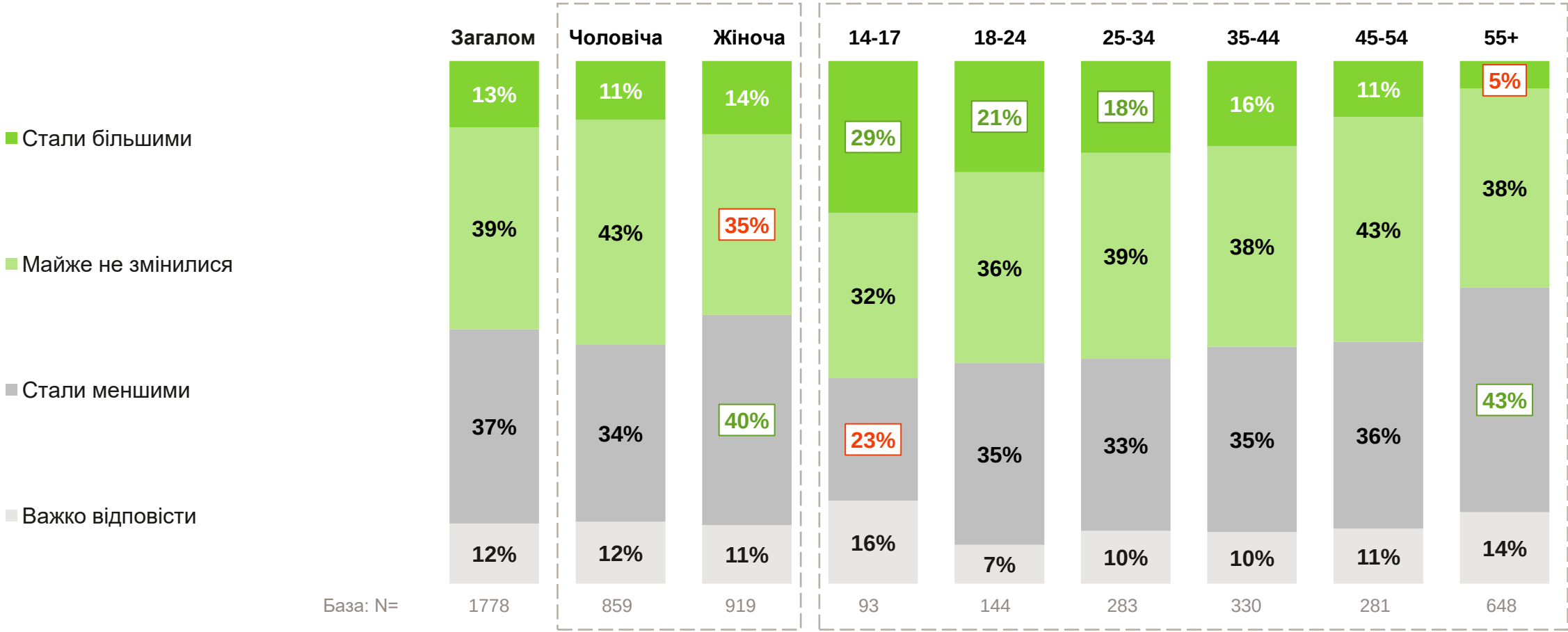
Майже половина українських читачів не купували книжок протягом останніх 3-х місяців



База: респонденти, які читали / слухали книжки протягом 12 місяців, N=1778
Чи купували ви або хтось із членів вашого домогосподарства книжки протягом останніх 3 місяців?

Молодь збільшує витрати на книжки, а старші читачі навпаки

(у статеві-віковому розрізі)



База: респонденти, які читали / слухали книжки протягом 12 місяців
Як за останній рік змінилися ваші витрати на придбання книжок для дозвілля?

45% Статистично значущі відмінності вище /
нижче порівняно з показником загалом
28% *жінки порівнюються з чоловіками

Підлітки купують друковані книжки в інтернет-магазинах, тоді як 55+ все ще обирають книжкові ринки

(у статеві-віковому розрізі)

	Загалом	Чоловіча	Жіноча	14-17	18-24	25-34	35-44	45-54	55+
В інтернет-магазинах книжок або на сайтах видавництв	39%	38%	39%	70%	42%	39%	41%	37%	32%
У книгарнях	37%	36%	38%	15%	53%	39%	33%	38%	37%
На книжковому ринку	22%	26%	20%	20%	7%	17%	19%	28%	30%
У супермаркетах або інших неспеціалізованих магазинах	16%	15%	17%	3%	13%	21%	16%	20%	16%
На маркетплейсах (Rozetka, Prom, OLX тощо)	14%	16%	12%	8%	27%	19%	14%	18%	6%
На книжкових ярмарках чи фестивалях	11%	14%	9%	15%	12%	9%	11%	18%	10%
Через соціальні мережі	8%	7%	9%	11%	9%	12%	11%	6%	5%
База: N=	673	292	381	30	71	110	144	104	213

База: респонденти, які купували друковані книжки протягом останніх 3 місяців
Де ви купували друковані книжки протягом останніх 3 місяців?

45% Статистично значущі відмінності **вище** / **нижче** порівняно з показником загалом
28% *жінки порівнюються з чоловіками

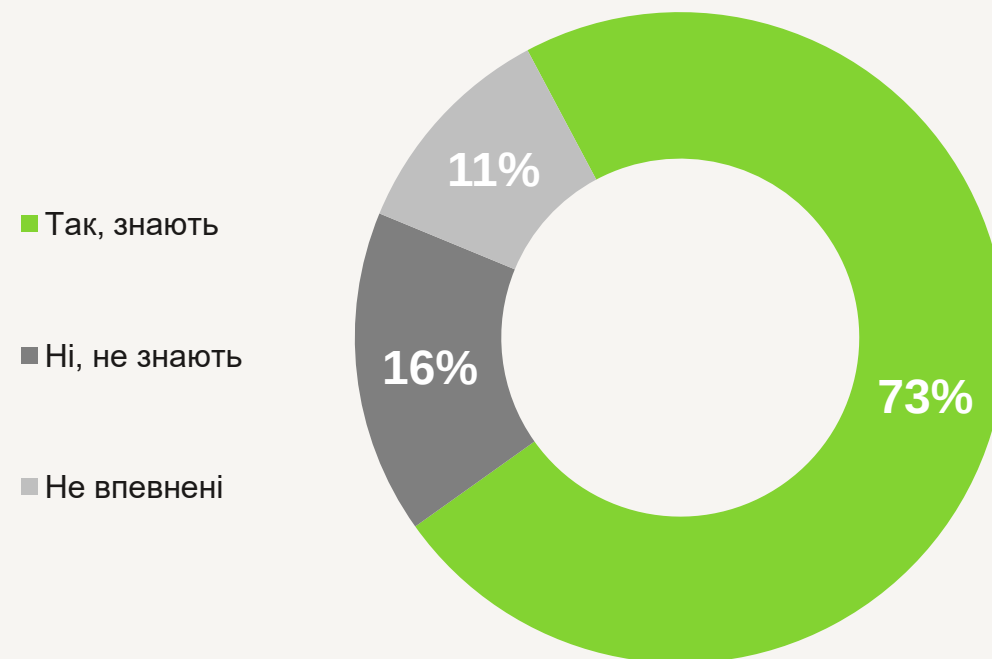
Книгарні, бібліотеки та книжкові клуби: доступність і користування

Лише третина українців вважають, що книгарень достатньо

Ситуація з книгарнями у населеному пункті



Обізнаність про наявність бібліотек у населеному пункті

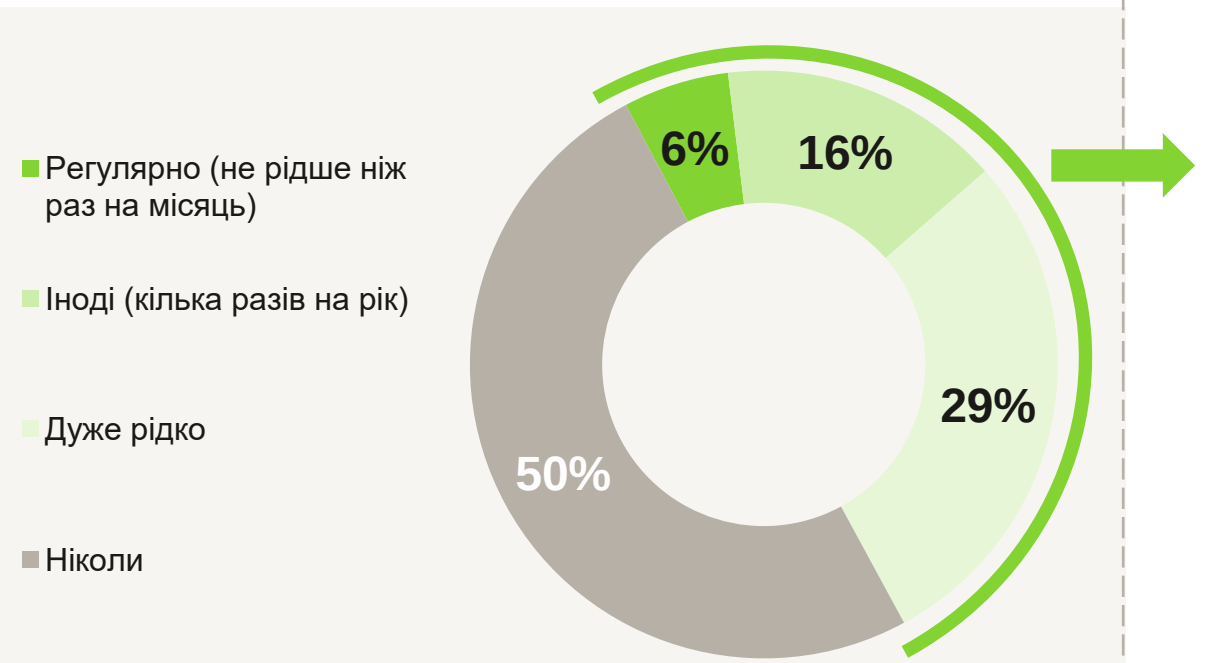


База: всі респонденти, N=2200

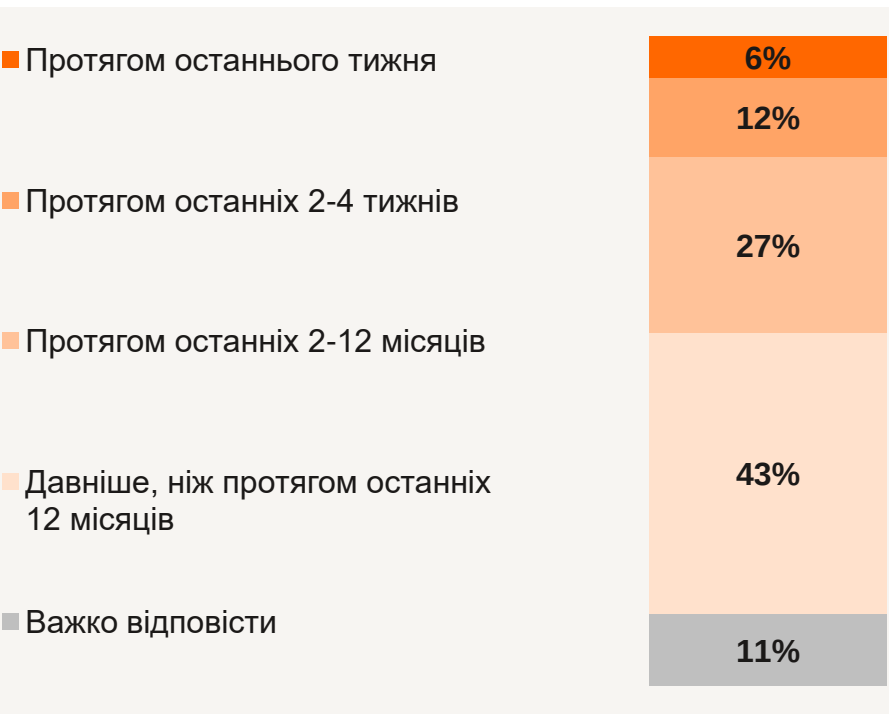
Яке твердження найкраще описує ситуацію з книгарнями у вашому населеному пункті? | Чи знаєте ви, що у вашому населеному пункті є бібліотека, де можна безкоштовно позичати книжки?

Половина українців не користуються бібліотеками

Частота користування бібліотеками



Останнє користування бібліотекою



База: респонденти, які користуються бібліотеками, N=1097

База: всі респонденти, N=2200
Як часто ви берете книжки в бібліотеці? | Коли ви востаннє брали книжку в бібліотеці?

Кожен п'ятий українець, який не бере книжки у бібліотеці, не зміг пояснити чому

(у статеві-віковому розрізі)

ТОП причин, чому українці не беруть книжки у бібліотеці	Загалом	Чоловіча	Жіноча	14-17	18-24	25-34	35-44	45-54	55+
Читають електронні або аудіокнижки	29%	34%	25%	10%	30%	17%	22%	30%	40%
У бібліотеці немає книжок, які цікавлять	19%	18%	20%	28%	36%	24%	20%	17%	13%
Купують книжки, тому не мають потреби користуватися бібліотекою	14%	12%	17%	24%	34%	17%	11%	11%	12%
У бібліотеці недостатньо нових книжок	12%	12%	12%	15%	20%	12%	13%	12%	10%
Взагалі не читають книжок	11%	11%	11%	26%	10%	11%	14%	13%	7%
Важко відповісти	19%	17%	20%	14%	9%	20%	19%	23%	18%
База: N=	1103	586	517	44	69	186	209	181	414

*Причини, які набрали більше 10%
База: респонденти, які НЕ беруть книжки в бібліотеці
Чому ви не користуєтесь бібліотеками?

45% Статистично значущі відмінності вище /
нижче порівняно з показником загалом
28% *жінки порівнюються з чоловіками

У смт частіше нарікають на відсутність бажаних книжок у бібліотеці

(у розрізі розміру населеного пункту)

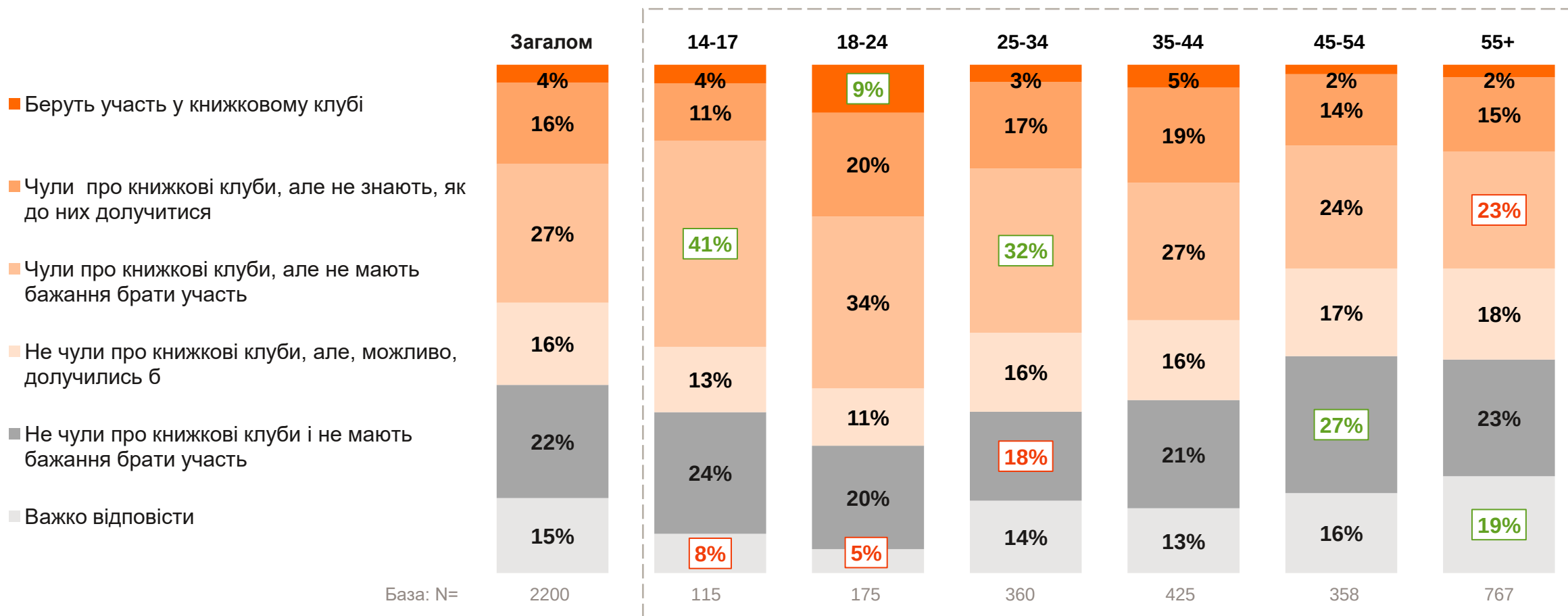
ТОП причин, чому не беруть книжки у бібліотеці	Загалом	1 млн+	500-1 млн.	100-500 тис.	50-100 тис.	місто менше 50 тис.	смт
Читають електронні або аудіокнижки	29%	32%	38%	29%	32%	28%	23%
У бібліотеці немає книжок, які цікавлять	19%	14%	14%	16%	12%	21%	27%
Купують книжки, тому не мають потреби користуватися бібліотекою	14%	20%	9%	15%	8%	13%	11%
У бібліотеці недостатньо нових книжок	12%	11%	10%	10%	10%	14%	14%
Взагалі не читають книжок	11%	7%	9%	12%	19%	14%	10%
Важко відповісти	19%	18%	10%	21%	22%	16%	23%
База: N=	1103	301	64	164	50	327	198

*Причини, які набрали більше 10%
База: респонденти, які НЕ беруть книжки в бібліотеці
Чому ви не користуєтесь бібліотеками?

45% Статистично значущі відмінності вище /
28% нижче порівняно з показником загалом

Читання у спільноті: з віком бажання долучитись до книжкових клубів зростає, але не реалізовується

(у віковому розрізі)



База: всі респонденти

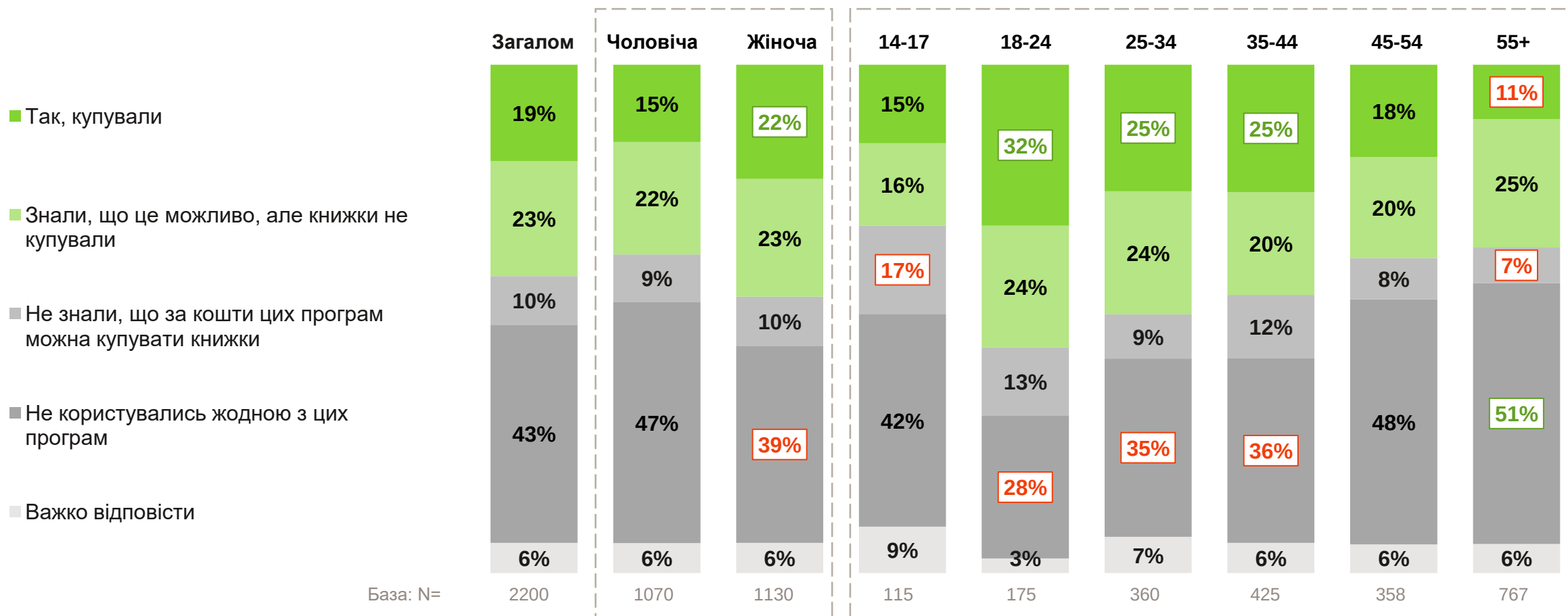
Що ви знаєте про книжкові клуби, де люди зустрічаються або спілкуються онлайн, щоб обговорювати прочитані книжки?

45% Статистично значущі відмінності вище /
28% нижче порівняно з показником загалом

Обізнаність про державні програми

Кожен п'ятий українець купував книжки за кошти державних програм підтримки

(у статеві-віковому розрізі)

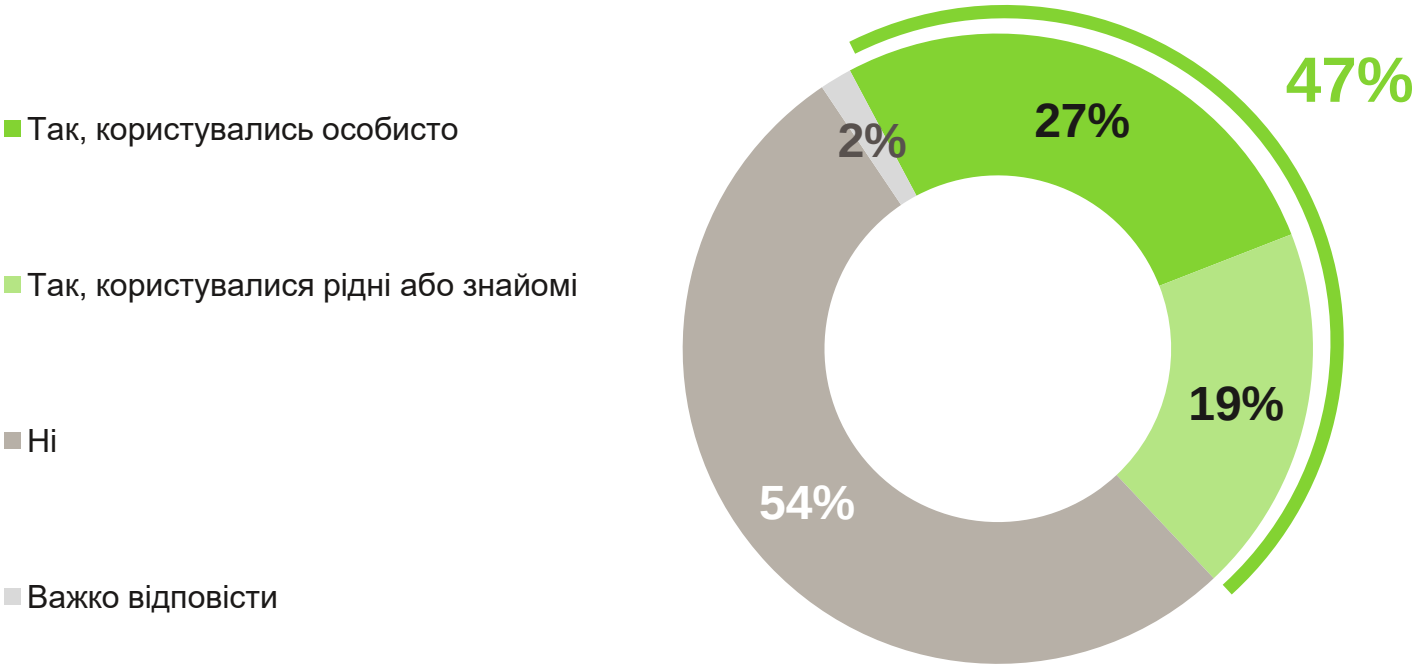


База: всі респонденти

Чи купували ви книжки за кошти державних програм підтримки (наприклад, «Ковідна тисяча», «Національний кешбек», «Зимова єПідтримка», «Пакунок школяра»)?

45% Статистично значущі відмінності **вище** / **нижче** порівняно з показником загалом
28% *жінки порівнюються з чоловіками

Майже половина респондентів 18-24 користувалися програмою «єКнига»



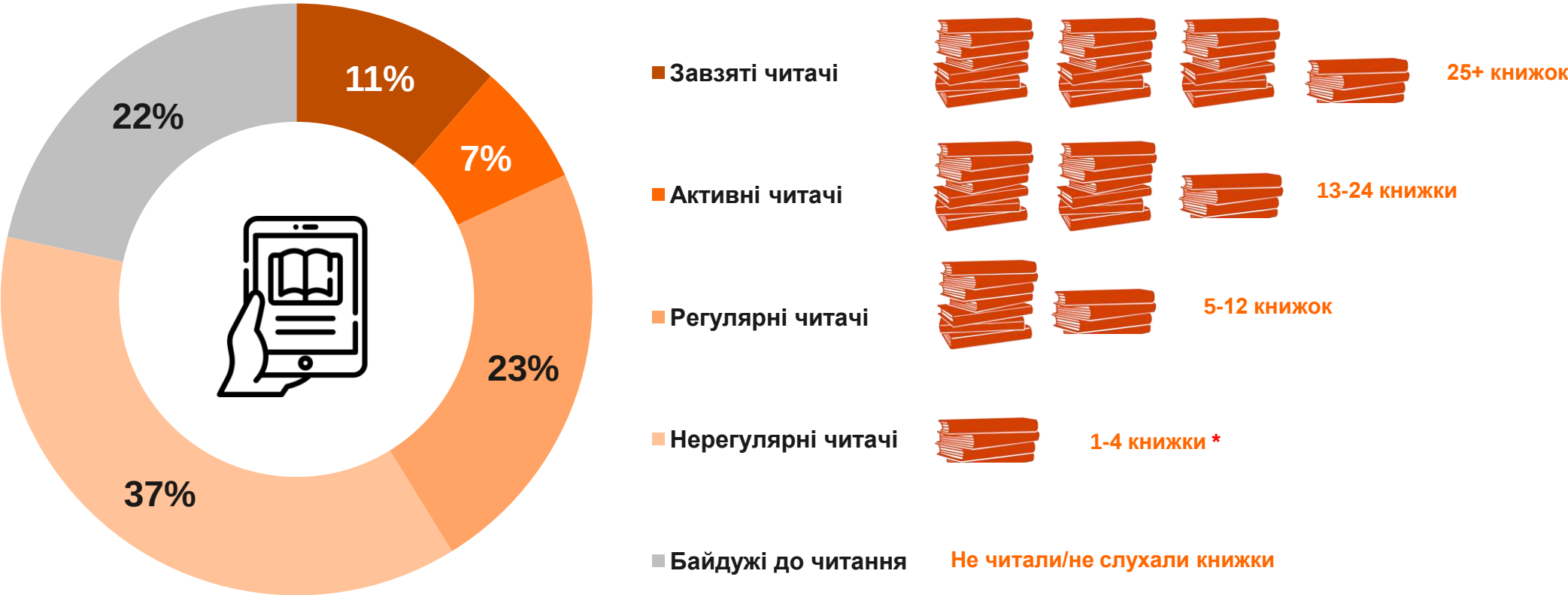
«єКнига — державна програма підтримки, в рамках якої 18-річні громадяни України можуть отримати грошову допомогу на придбання книжок».

База: респонденти 18-24, які чули про програму «єКнига», N=73
Чи користувалися ви або хтось із ваших рідних чи знайомих державною програмою «єКнига»?

Сегментація аудиторії за практиками читання

Сегменти аудиторії за практиками читання

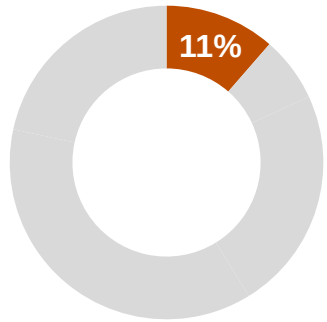
(за кількістю прочитаних/прослуханих книжок протягом останніх 12 місяців)



* Прочитали або прослухали книжок за останні 12 місяців (друковані, електронні або аудіо формати). Скільки друкованих книжок ви прочитали за останні 12 місяців? Скільки електронних книжок ви прочитали за останні 12 місяців? Скільки аудіокнижок ви прослухали за останні 12 місяців?

Завзяті читачі

Активні та різнопланові читачі, переважно молодь або старші 55+, для яких читання є важливим способом відпочинку й задоволення, з виразною перевагою електронних та аудіокнижок і високою залученістю до власного творчого прояву



Портрет

- ❑ Невеликий, але перекіс **у старших 55+ або навпаки молодь** – відповідно освічені або мають незакінчену вищу освіту
- ❑ Перекіс у північний та східний регіони
- ❑ Більший ніж у інших % проживаючих з партнерами або розлучених

Ставлення до читання

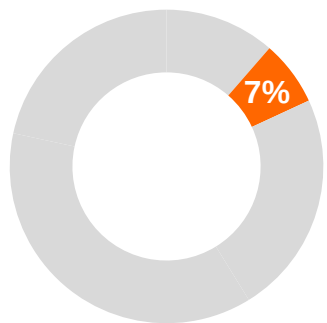
- ❑ **79%** вважають, що **читання – важлива частина їхнього життя**; 66% почали читати більше, ніж раніше (27% – повністю впевнені в цьому)
- ❑ **86%** обирають книжки різних жанрів; найчастіше – **електронні (35%) та аудіокнижки (31%)**. 61% називають відсутність таких форматів причиною некористування бібліотеками
- ❑ **35% щодня читали або слухали книжки у вільний час**; 61% прочитали 25+ е-книжок, а 46% прослухали 25+ аудіокнижок за рік
- ❑ Головні мотиви – **відпочинок/перемикання та любов до читання** (по 37%). **51%** схильні читати російською, з них 28% – так само часто, як раніше
- ❑ **54%** мали перерву в читанні на 6+ місяців, водночас **68% зберегли або збільшили частоту читання порівняно з минулим роком**
- ❑ **16%** регулярно стежать за книжковими новинками, 41% – час від часу. **20% купують книжки на ярмарках/фестивалях**
- ❑ **70%** підтримують закупівлю нових книжок для публічних бібліотек за державні кошти – менше, ніж інші читачі

Їхнє дозвілля

- ❑ **72% щодня переглядають стрічки соцмереж**, але це менше, ніж серед інших
- ❑ **~25% щодня займаються спортом або хобі**, більше, ніж інші
- ❑ **Майже 1/5** не вказали, чи займаються благодійністю або волонтерством
- ❑ **27% регулярно займаються творчістю**: пишуть, малюють, грають/створюють музику, фотографують, створюють контент тощо

Активні читачі

Освічені та залучені читачі 55+, для яких книжки є звичною частиною дозвілля й способом емоційного відновлення, зберігають високу частоту читання, цікавляться сучасними українськими авторами та дедалі частіше обирають електронні й аудіокнижки



Портрет

- ❑ Перекіс у чоловіків старшого віку - 55+, одружені
- ❑ Міста 500к+ та мільйонники - особливо Київ
- ❑ Освічені та мають дохід середній+ і вище

Ставлення до читання

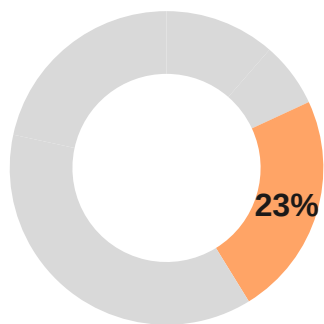
- ❑ 90% вважають, що **читання – важлива частина їхнього життя**; 73% почали читати більше, ніж раніше, а $\frac{3}{4}$ рекомендують книжки іншим
- ❑ 95% обирають різні жанри, найчастіше **детективи (58%)**; 41% обирають електронні книжки
- ❑ Головні мотиви – **любов до читання (44%)** та читання як звична частина дозвілля (35%); для 42% читання допомагає емоційно відновлюватися, для 40% – переживати стрес
- ❑ 30% **купують вживані книжки**, 14% користуються корпоративною бібліотекою, 22% стежать за книжковими блогерами; **53% схильні читати російською**
- ❑ 54% мали перерву в читанні на 6+ місяців, водночас **83% зберегли або збільшили частоту читання**; понад чверть пов'язують повернення до читання з повномасштабним вторгненням або подіями війни
- ❑ Фаворити – **сучасні українські (46%) та іноземні автори (48%)**; 16% купували е-книжки, 10% – аудіокнижки за останні 3 місяці
- ❑ **85% підтримують державні закупівлі нових книжок для бібліотек**; понад 30% беруть книжки в бібліотеці кілька разів на рік і частіше

Їхнє дозвілля

- ❑ 35% кілька разів на тиждень і частіше займаються **самоосвітою**
- ❑ Майже **60% регулярно приділяють час хобі**, 29% відпочивають на природі
- ❑ **84% щодня читають новини в месенджерах**, половина – цікаві матеріали в мережі
- ❑ **67% регулярно дивляться телевізійні передачі**
- ❑ 25% кілька разів на місяць і частіше **відвідують культурні заходи**, а **58% регулярно грають у комп'ютерні та інші ігри**

Регулярні читачі

Активні та освічені читачі, для яких читання є важливою частиною життя, джерелом відпочинку, саморозвитку й психологічної підтримки; активно стежать за книжковими новинками, діляться рекомендаціями й готові підтримувати книжкові ініціативи



Портрет

- ❑ Чоловіки і жінки **середнього і старшого віку** – перекіс у 45+ - **сімейні**
- ❑ Більшість з міст **500к+** (Київ)
- ❑ Мають **вищу освіту та дохід середній+ і вище**

Ставлення до читання

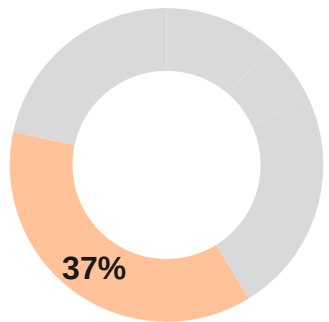
- ❑ **86%** вважають, що **читання – важлива частина їхнього життя**; майже 4 з 5 рекомендують книжки іншим. **68%** почали читати більше, а **88%** хотіли б читати більше
- ❑ **87%** обирають книжки різних жанрів; **60%** стежать за новинками й краще обізнані про сучасних українських авторів
- ❑ Читають у різних форматах переважно **для відпочинку, задоволення та саморозвитку**; читання допомагає зменшувати тривожність і стрес та краще засинати
- ❑ Частіше беруть книжки у друзів і бібліотеках; **78%** добре обізнані з бібліотеками, **85%** підтримали б державні закупівлі нових книжок
- ❑ **66%** мали перерву в читанні на 6+ місяців; **20%** витратили до 7 годин за останній тиждень на друковані та аудіокнижки
- ❑ Серед факторів, що спонукають до читання, **випадково знайдена книжка, рекомендації близьких і потреба в психологічній підтримці**
- ❑ **47%** купували друковані книжки за останні 3 місяці, водночас частіше за інших обирають електронні та аудіокнижки
- ❑ **20%** чули про книжкові клуби, але не знають, як долучитися; **27%** купували книжки за кошти державних програм підтримки

Їхнє дозвілля

- ❑ **57%** регулярно займаються самоосвітою
- ❑ **55%** кілька разів на тиждень і частіше **займаються спортом**, приділяють час хобі та відпочивають на природі
- ❑ **46%** щодня **читають цікаві матеріали в мережі**; 42% дивляться телепередачі, чверть – слухають радіо/подкасти
- ❑ **53%** регулярно зустрічаються з друзями в кафе/ресторанах; **20%** відвідують кіно, концерти та інші заходи
- ❑ **50%** кілька разів на місяць і частіше **займаються волонтерством**

Нерегулярні читачі

Використовують читання як спосіб саморозвитку й відпочинку, переважно обирають друковані книжки, але читають нерегулярно та вкрай невеликими обсягами



Портрет

- ❑ Люди **середнього та старшого віку без перекосів** у конкретну групу
- ❑ Невеликий **перекіс у жителів середніх міст (100-500к)**
- ❑ Більшість мають **середній рівень доходу**; 1/3 - диплом магістра

Ставлення до читання

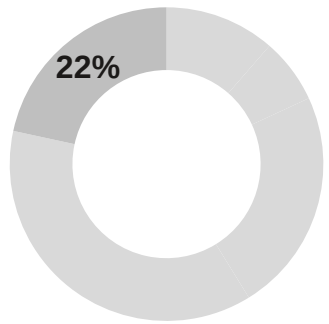
- ❑ **70% віддають перевагу друкованим книжкам**, 55% найчастіше обирають саме їх
- ❑ Читають переважно **для саморозвитку та відпочинку (по 36%)**; для 16% читання не є звичною формою дозвілля. **1/4 обирають психологію**
- ❑ **92% прочитали до 4 друкованих, 85% – до 4 е-книжок за останній рік**; майже половина читала до години протягом останнього тижня
- ❑ **80% мали перерву в читанні на 6+ місяців**; 72% повернулися, але нерегулярно. **42% читають менше, ніж торік**
- ❑ Головні мотиватори – **випадково знайдена цікава книжка та саморозвиток/навчання (по 38%)**; більше схильні до рекомендацій друзів і знайомих
- ❑ **55% не стежать за книжковими новинками**; понад 1/3 вважають друковані книжки дорогими, а 45% не користувалися державними програмами підтримки
- ❑ **3/4 дуже рідко або ніколи не брали книжки в бібліотеках**, хоча **80% підтримали б державні закупівлі нових книжок**
- ❑ Більш обізнані про **популярних українських авторів**

Їхнє дозвілля

- ❑ **Рідше за інших займаються самоосвітою: 20% ніколи цього не робили**, водночас майже половина регулярно займається спортом і хобі
- ❑ Культурні та соціальні **активності радше епізодичні: 58%** відвідують кіно, концерти, виставки чи театри кілька разів на рік або рідше; **50%** зустрічаються з друзями в кафе/ресторанах
- ❑ **3/4 щодня читають новини в месенджерах**
- ❑ **40%** відвідують ТРЦ лише кілька разів на рік або рідше

Байдужі до читання

Люди з невисоким рівнем доходів, для яких читання не є важливою частиною життя й поступається іншим заняттям



Портрет

- ☐ Значущий **перекіс у 25-44 роки** та у **неодружених/розлучених**
- ☐ Переважно **у смт та містах 100тис-**
- ☐ **Освіта нижче повної вищої** (майже 1/3 мають середню технічну) та **невисокий рівень доходу**

Ставлення до читання

- ☐ **62%** не вважають читання важливою частиною свого життя; **89%** **ніколи не читають або не змогли відповісти**
- ☐ 1/3 не мають часу на читання, **30% віддають перевагу іншим видам дозвілля**, а **37%** не хотіли б читати більше
- ☐ **20%** вважають, що ніщо не спонукало б їх читати більше; **23%** не змогли відповісти
- ☐ **72%** **ніколи не брали книжок у бібліотеках**; 1/2 не знають про програму «єКнига»
- ☐ **66%** не користувалися коштами державних програм підтримки та **менше обізнані про сучасних українських авторів**

Їхнє дозвілля

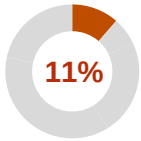
- ☐ **>50%** не займаються самоосвітою, 37% – спортом, а 1/3 не мають власного хобі
- ☐ 1/2 **ніколи не займалися благодійністю чи волонтерством**
- ☐ **62%** не відвідують кіно, концерти, виставки чи театри; **>1/3** не зустрічаються з друзями в кафе/ресторанах
- ☐ **79%** щодня користуються соцмережами, майже 3/4 **читають новини в месенджерах**; 1/3 не відвідує ТРЦ і не грає в ігри

Сегменти аудиторії за практиками читання: основні рекомендації



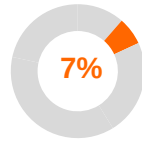
Міністерство
культури України

Фонд
ПОВІР У
() СЕБЕ gradus



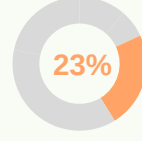
Завзяті читачі

Забезпечувати максимально широкий і зручний доступ до контенту, насамперед цифрового, аудіо та сучасної української книги.



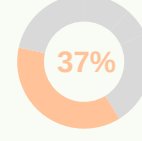
Активні читачі

Це вже сформована й стійка аудиторія, тому завдання не мотивувати читати, а створювати умови для ще більшої залученості.



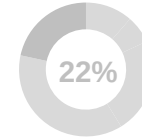
Регулярні читачі

Підтримувати сформовану звичку та перетворювати їх на активних учасників читацької екосистеми.



Нерегулярні читачі

Фокус – повернути читання у регулярне дозвілля, не вимагаючи від них читати багато.



Байдужі до читання

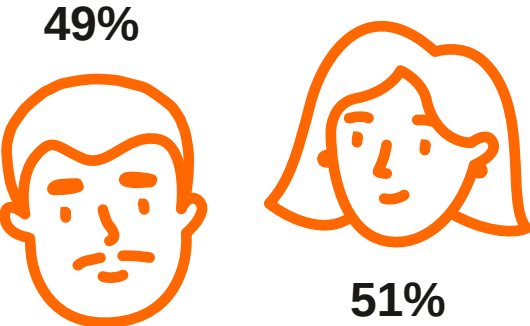
Не продавати їм читання напряму, а показувати його як простий і доступний спосіб відпочинку, саморозвитку та переключення.

КЛЮЧОВІ СЕГМЕНТИ, ЯКІ
МАЮТЬ ПОТЕНЦІАЛ ПЕРЕХОДУ
ДО АКТИВНИХ ТА ЗАВЗЯТИХ

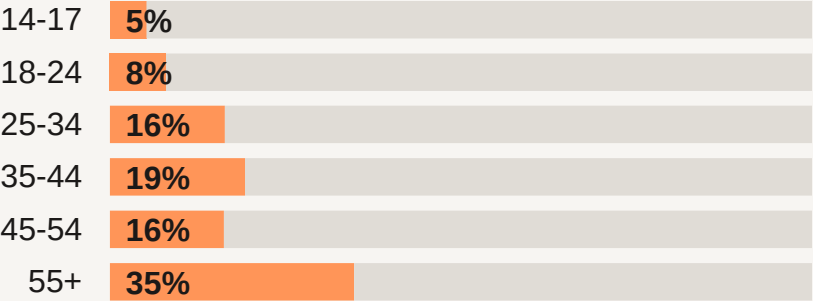
Профіль респондентів

Профіль респондентів (1/2)

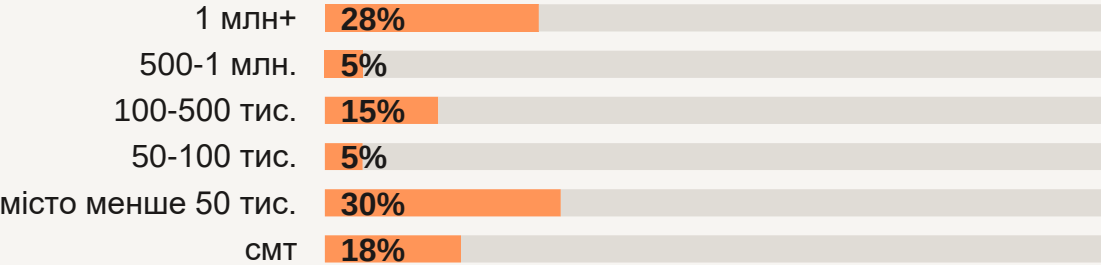
Стать



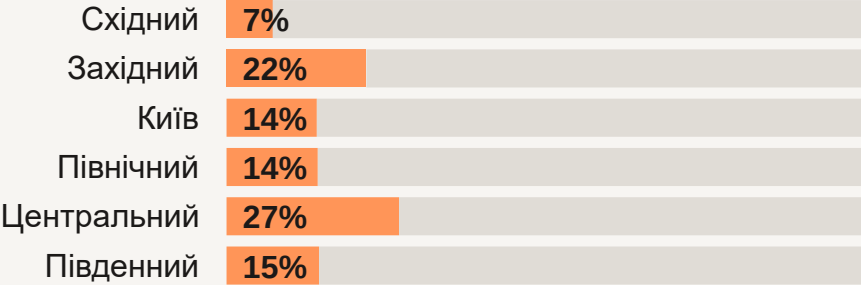
Вік



Розмір населеного пункту



Регіон



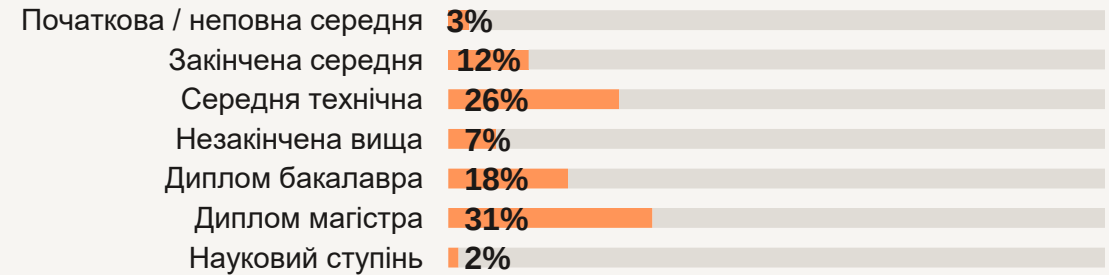
База: всі респонденти, N=2200

Профіль респондентів (2/2)

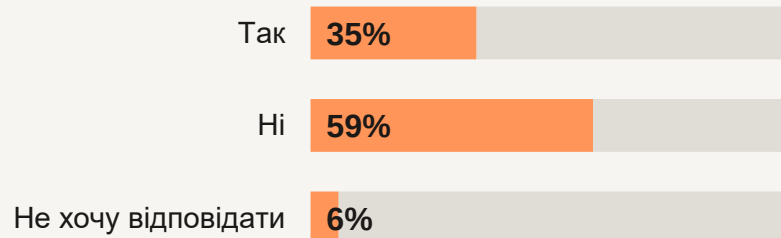
Сімейний стан



Рівень освіти



Належність до родин військовослужбовців



Рід занять





Індивідуальні дослідницькі рішення



Відкриті дослідження
Градус

✉ info@gradus.app

🌐 gradus.app

