

# Як залучити більше українців до читання? На «Книжковому Арсеналі» Мінкульт представив перші інсайти національного дослідження

2.6.2026 - | Ministerstvo kultury ta informpolityky

**Під час Міжнародного фестивалю «Книжковий Арсенал» Міністерство культури України представило перші інсайти дослідження інструментів залучення читачів книжок в Україні. Результати дослідження будуть доступні в середині червня.**

Під час дискусії експерти книжкового ринку, дослідники та представники культурного сектору обговорили, як залучити до читання більше українців та які інструменти для цього працюють найефективніше.

Переглянути фото

У події взяли участь: Віцепрем'єр-міністерка з гуманітарної політики України – Міністерка культури України **Тетяна Бережна**, заступниця Міністра культури України **Богдана Лаюк**, співзасновниця Фонду «Повір у себе», членкиня наглядової ради Києво-Могилянської Академії, сенаторка УКУ **Ірина Іванчик**, книжкова аналітикиня та аудиторка, засновниця проекту аналітики книжкового ринку України IndieBook Data **Інна Білоножко** та соціологиня компанії Gradus **Владлена Балдинюк**.

Дослідження присвячене тому, скільки читають українці, і насамперед причинам, які спонукають або, навпаки, заважають людям звертатися до книжок. Його метою стало вивчення читацької поведінки та пошук практичних інструментів для залучення нових аудиторій.

*«Читання — це інвестиція в людський капітал, бо через книжки ми формуємо критичне мислення, уяву, культуру діалогу та власну систему смислів. Розвиток читання є одним із пріоритетів державної культурної політики», — зазначила **Тетяна Бережна**.*

Дослідники виокремили три основні групи аудиторії: систематичних читачів із сформованою звичкою, ситуативних читачів, чия залученість залежить від обставин, та стійких нечитачів. Водночас після 2022 року читацька аудиторія в Україні помітно зросла, а українськомовна книжка суттєво посилила свої позиції на ринку. Однак читання досі залишається регулярною практикою лише для частини дорослого населення.

*«Люди, які регулярно читають довгі тексти та художню літературу, краще розуміють причинно-наслідкові зв'язки, більш критично сприймають інформацію та є менш вразливими до пропаганди», — сказала заступниця Міністра культури **Богдана Лаюк**.*

Головним висновком дослідження стало те, що ключовою перепорою для читання є не вартість книжок, а відсутність сформованої читацької звички та середовища, у якому книжка є природною частиною повсякденного життя. Водночас цифрові платформи можуть виступати як конкурентами книжці, так і інструментом популяризації читання.

Дослідження також показало, що український книжковий ринок поки не повністю задовольняє

попит у низці сегментів. Зокрема, читачі відзначають нестачу якісних аудіокнижок, електронних видань, літератури категорії Young Adult та професійного нонфікшну. Водночас експерти наголошують: будь-яке читання є кращим, ніж його відсутність.

Серед найефективніших інструментів залучення нових читачів дослідники назвали книжкові фестивалі, літературні події та регіональні культурні заходи. Особливо успішними є формати, у яких книжка стає частиною ширшого дозвілля та соціальної взаємодії, а не є єдиною метою відвідування заходу.

Окрему увагу дослідники приділили так званим «новим читачам» — людям, які нещодавно повернулися до читання або сформували цю звичку вперше. Виявилось, що важливу роль у цьому процесі відіграють особисте оточення, рекомендації друзів, інформаційне середовище та зміна життєвих обставин. Після повернення до читання такі люди часто демонструють високу активність і можуть прочитати близько десяти книжок уже протягом першого року.

Під час дискусії учасники наголосили, що результати дослідження стануть основою для подальших рішень у сфері державної політики читання. Міністерство культури України планує продовжити публічне обговорення результатів та провести серію окремих заходів, присвячених практичним інструментам залучення нових читачів.

Нагадаємо, Мінкульт ініціював дослідження читання в Україні, щоб визначити, які з інструментів промоції найбільш ефективні. Його результати стануть опорою і для впровадження державної політики розвитку читання, і для всіх учасників сфери.

Дослідження втілюється у партнерстві з Фондом «Повір у себе» та виконується за позабюджетні кошти. Виконували — компанія Gradus під кураторством книжкової аналітикині Інни Білоножко.

На першому етапі проводили глибинні інтерв'ю з українцями, віком 18–60 років, які нещодавно перейшли від низької або відсутньої читацької активності до регулярного читання. А також з експертами, що представляють увесь ланцюжок книжкової екосистеми – від авторів і видавців до дистриб'юторів, бібліотекарів, організаторів подій, медіа та культурних менеджерів.

Другим етапом стане кількісне дослідження, яке охопить усі регіони країни й складе портрет сучасного читача. У планах — провести його до кінця 2026 року.

<https://mincult.gov.ua/news/yak-zaluchyty-bilshe-ukrayincziv-do-chytannya-na-knyzhkovomu-arsenali-minkult-predstavyy-pershi-insajty-nacziionalnogo-doslidzhennya>