

Як українському книжковому ринку отримати нових читачів: презентація дослідження Мінкульту

25.6.2026 - | Ministerstvo kultury ta informpolityky

Які інсайти від нових читачів та експертів варто враховувати книжковому ринку? Як залучати тих, хто не читає? Які є структурні прогалини в українській інфраструктурі читання?

Переглянути фото

Про це йшлося на презентації дослідження Міністерства культури України **«Інструменти залучення читачів книжок в Україні»** для представників видавничої галузі, бібліотечної спільноти, освіти, медіа та культурних інституцій.

Дослідження підготувала компанія Gradus Research на замовлення Мінкульту та за підтримки Фонду «Повір у себе».

Зустріч відкрили заступниця Міністра культури України Богдана Лаюк та співзасновниця фонду «Повір у себе» Ірина Іванчик.

*«Ми прагнули дослідити, як нечитачі перетворюються на читачів і що ми як ринок для цього робимо. Ринок не лише в сенсі продажу книжок, а і люди, які працюють з культурними проектами і читачами на різних рівнях. Тож ми почали з якісного дослідження, яке показало, якою нині є культурна екосистема читання, визначити головні чинники, які долучають людей до читання, але так само запустити розмову щодо залучення нових читачів», — сказала **Богдана Лаюк**.*

*«Нашому фонду давно хотілося зрозуміти, де ця точка, на яку нам треба всім разом тиснути, щоб змінювати наше суспільство. Когнітивна війна, яка сьогодні йде в світі й особливо на наших теренах, — це не вигадки, це практика, яка відбувається щодня з кожним українцем. Це дослідження відкриває для нас розмову про те: як допомогти українцю берегти і примножувати когнітивний ресурс», — зазначила **Ірина Іванчик**.*

Презентували дослідження Senior Research Manager компанії Gradus Владлена Балдинюк та книжкова аналітикиня та кураторка дослідження Інна Білоножка. Переглянути запис можна за цим посиланням.

Дослідження виявило два принципово різні типи нечитачів, які потребують різних підходів. Перші — ті, для кого книжка просто не існує в інформаційному полі: до нього не дістатися через книгарню чи запрошення на захід. Другим — достатньо правильного імпульсу або зміни середовища.

*«Для тих, хто читав раніше, але з якихось причин зупинився, — більшість поточних ініціатив насправді добре працюють: книжкові клуби, фестивалі, події. Але саме коли ці два типи об'єднують під одним словом “нечитач” — це ускладнює роботу і погіршує кінцевий результат», — зазначила **Владлена Балдинюк**.*

Формати, що справді залучають нових читачів, мають одну спільну рису: книжка з'являється

там, де людина вже є, а не чекає на неї в книгарні чи на фестивалі. Особиста рекомендація від конкретної людини зі свого кола діє через довіру, а не через маркетинг, — і є одним із найпотужніших задокументованих механізмів залучення. Водночас підліткова аудиторія залишається критично недоохопленою.

«У звіті є орієнтовний перелік жанрів і ніш — але я прошу не сприймати його як буквальну інструкцію. Коли фахівці кажуть, що бракує Young Adult, — це про те, що бракує підліткової літератури, яка справді матиме той вплив, на який ми цілимося. Питання не в жанрі — питання в тому, щоб думати і видавати саме те, що зацікавить цю аудиторію», — зазначила Інна Білоножко.

Експерти, опитані в ході дослідження, сформулювали два сценарії розвитку читацької культури в Україні. Оптимістичний: якщо чинна модель зберігається, структурний зсув до україномовної книжки закріплюється і читацька звичка укорінюється в новому поколінні. Песимістичний: економічна деградація або відкат в обмеженнях на російську книжку повертають попередню асиметрію — і роботу доведеться починати спочатку.

«Більшість необхідних рішень — відомі. Питання не в тому, щоб придумати щось кардинально нове. Питання в послідовності і в горизонті планування: результати інвестицій у читацьку культуру стануть помітними через 5, 10, 15 років», — підсумувала Владлена Балдинюк.

Усі присутні на презентації мали можливість поставити питання та прокоментувати знахідки дослідження. Зокрема фахівці озвучували багато пропозицій наступного етапу дослідження. Кількісне дослідження дозволить визначити реальне співвідношення між систематичними читачами, ситуативними та стійкими нечитачами, виміряти частку «нових читачів» і перевірити гіпотези щодо ефективних інструментів залучення.

Нагадаємо, Міністерство культури України опублікувало повний аналітичний звіт та основні знахідки дослідження. Воно охоплює 41 глибоке інтерв'ю: 26 з фахівцями книжкової екосистеми та 15 з «новими читачами», які повернулися до читання після тривалої перерви. Глибинні інтерв'ю проводилися впродовж березня-травня 2026 року. Дослідження виконувалося за позабюджетні кошти.

<https://mincult.gov.ua/news/yak-ukrayinskomu-knyzhkovomu-rynku-otrymaty-novyh-chytachiv-prezentaciya-doslidzhennya-mincultu>