

# ЧИТАННЯ В УКРАЇНІ

**Результати дослідження читацьких  
звичок та ставлення до читання,  
проведеного у 2013-2014 роках**

Збір та аналіз даних  
Компанія pro.mova

Коментар до результатів  
дослідження  
Емілія Огар

Ця публікація доступна на умовах  
Creative Commons  
Attribution-NonCommercial-ShareAlike  
Ліцензія 3.0



*Не для продажу. Лише для вільного розповсюдження*

*Ця публікація не відображає офіційної точки зору фонду Next Page*

# ЗМІСТ

ЧИТАННЯ В СУЧАСНІЙ УКРАЇНІ: ПРИПУЩЕННЯ, ФАКТИ, ПРОГНОЗИ  
Емілія Огар..... 4

ЗВІТ ДОСЛІДЖЕННЯ ЧИТАЦЬКИХ ЗВИЧОК ТА СТАВЛЕННЯ ДО ЧИТАННЯ  
Компанія pro.mova..... 9

ОСНОВНІ ВИСНОВКИ..... 9

МЕТОДОЛОГІЯ..... 10  
Мета дослідження..... 10  
Особливості проведення дослідження..... 10  
Етапи дослідження..... 10  
Соціально-демографічні характеристики респондентів..... 11  
Предмет дослідження..... 12  
Виконавець дослідження..... 13

РЕЗУЛЬТАТИ..... 14  
Як читають і ставляться до читання українці загалом..... 14  
Яким є усереднений дорослий (16+) український читач..... 23  
Групи читачів..... 29

ПРИКІНЦЕВІ ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ..... 32

Додаткові матеріали, що доступні онлайн англійською та українською мовами на сайті проекту [www.bookplatform.org](http://www.bookplatform.org):

- 1. Технічне завдання дослідження читацьких звичок та ставлення до читання
- 2. Корисні дослідження читацьких звичок інших країн (переважно англійською мовою)

# ЧИТАННЯ В СУЧАСНІЙ УКРАЇНІ: ПРИПУЩЕННЯ, ФАКТИ, ПРОГНОЗИ

Емілія Огар<sup>1</sup>

Результати загальнонаціонального репрезентативного дослідження читацьких звичок та ставлення до читання, проведеного на межі 2013-2014 рр. експертами pro.mova разом із партнером та замовником дослідження ГО «Форум видавців» у межах проекту Book Platform, виявили певні тенденції у розвитку однієї з важливих форм культурної практики сучасних українців - читанні. Принципова відмінність цього дослідження від попередніх аналогічних полягала у тому, що воно було зосереджене на різних практиках читання - не лише книжок чи періодики, а й тексту/текстів загалом (будь-якого обсягу та широкого контенту).

У фокусі уваги соціологів перебувало кілька ключових питань, що торкалися кількісних та якісних характеристик читання, місця читання серед інших інформаційно-культурних практик, а також у структурі дозвілля; виявлення ставлення у суспільстві до читання, його місця в системі культурних цінностей, з'ясування причин нечитання та чинників, які могли б сприяти підтримці престижу цієї культурної практики.

Спробую прокоментувати висновки соціологів щодо цих базових питань.

**Навичка читання та характер читання мешканців України.** Результати дослідження спростовують одну з популярних і часто відтворюваних тез про те, українці перестали читати, або читають катастрофічно мало. Виявилось, що лише 12% українців відповіли, що упродовж року не прочитали жодного з текстів, які були уведені до можливого об'єктного поля читання - від художньої літератури до коротких заміток в інтернеті чи у глянцевиx журналах про життя зірок, спортивних новин, анекдотів. Натомість 88,3% опитаних упродовж останнього року щось таки читали, і сам по собі цей факт уже відрадий.

Однак, відомо, що класичний читач «починається з книги», систематичне читання великих за обсягом і - головне - цілісних текстів передбачає розвинуту навичку читання. Якщо з усіх опитаних виокремити групу читачів книги - найбільшого з усіх запропонованих наративів - картина суттєво змінюється. Тоді серед нечитачів опиняється майже половина суспільства - 42%, бо лише 58,4% респондентів підтвердили факт прочитання протягом останніх 12 місяців «довгих текстів» (книжок обсягом понад 100 сторінок). Якщо взяти до уваги, що 10% з цієї групи не змогли пригадати назви останньої прочитаної книги, група реальних читачів великих текстів, зокрема книжок, насправді є ще меншою.

Як реагувати на такі загальні показники? Багато це чи мало? 42% нечитачів книжок серед українців - це практично вдвічі більше, ніж серед американців, де їх лише 19%. Однак в Україні нечитачів майже стільки ж, скільки в Росії (країні з близьким пострадянським досвідом) - 46% та у Великій Британії (країні, що репрезентує європейський досвід) - 34%. Справді, серед українських респондентів тих, хто прочитав понад 11 книжок на рік (в середньому по книжці на місяць), лише 10,1%, і це втричі менше, ніж серед американських (31%). Проте і в українському, і в американському суспільствах частка так званого масового читача - тих, хто прочитав від 1 до 5 книжок за останній рік, майже однакова - 34,8 % в Україні і 32% у США. Виходить, ситуація в Україні з читанням не є унікальною і «вписується» у загальносвітовий тренд.

Тож очевидно, що на сьогодні важливо зрозуміти не лише «скільки», а й «що» і «як» читають українці, як ставляться до читання поруч з іншими суспільними культурними практиками і нарешті - хто і чому не читає взагалі.

Неважко було передбачити, що найбільше нечитачів виявиться серед респондентів із початковою, неповною або загальною середньою освітою, а найменше - у групі осіб з вищою освітою, адже між ставленням до читання та освіченістю людини існує прямий зв'язок. Цілком очікувано основну групу серед дорослих читачів (та ще й покупців) формують переважно жінки, натомість серед дорослих нечитачів більше чоловіків. Регіон проживання не впливає на читацьку й купівельну поведінку українців, натомість має значення адміністративно-територіальна характеристика місця проживання: мешканці сіл читають менше, ніж містяни.

<sup>1</sup> Емілія Огар - доктор наук із соціальних комунікацій, професор кафедри видавничої справи і редагування Української академії друкарства

Є підстави думати, що у подальшому внаслідок виразного соціального розшарування суспільства різниця між окремими його групами у ставленні до традиційних культурних практик лише увиразнюватиметься. Вочевидь, частка тих, хто продовжуватиме брати участь у традиційних формах культурної діяльності, зберігаючи традиційні системи цінностей, буде зменшуватися, натомість тих, для кого доступ до культури і зрештою уся культура вичерпуватиметься телебаченням та іншими аудіовізуальними каналами масової інформації та комунікації, буде зростати.

Середньостатистичний українець віком 16+ років за останній рік прочитав близько 4-х книжок обсягом понад 100 сторінок (4,3 книжки). У попередніх дослідженнях фігурували близькі показники: так, за даними компанії GFK<sup>2</sup>, частка респондентів, які упродовж трьох місяців читають бодай 1 книжку, складає 51%, а частка сімей з дітьми до 15 років, в яких дітям (або діти самостійно) прочитали хоча б 1 книжку упродовж цього ж часу, - 57 %.

У структурі об'єктів читання тексти малого обсягу переважають над великими наративами: близько третини респондентів читають виключно короткі тексти. Понад 90% вказали на те, що отримують інформацію з телебачення, спілкуючись з іншими людьми та читаючи періодичні видання або книги. Майже однакова у процентному відношенні кількість респондентів віддає перевагу художній літературі та «новинним» текстам соціально-економічного, політичного характеру, новинам зі світського життя і спорту. Враховуючи кількість прихильників у того чи іншого виду текстів, можна стверджувати, що на сьогодні у читанні прагматична/ділова мотиваційна потреба домінує над потребою духовного та естетичного розвитку (тексти про культуру і мистецтво, а також духовна, релігійна література опинилися на останніх позиціях).

Оскільки респондентів опитували щодо читання широкого кола об'єктів (не лише книжок), більшість з яких представлена у всесвітній мережі, одним із найпростіших і - головне - безкоштовних способів отримати інформацію/книгу для них виявився завантажити текст з інтернету. В уточнювальних відповідях опитані наголошували: коли знаєш, що шукаєш, зручніше замовити через інтернет або зі складу, позичити у знайомих. Водночас звучало чимало нарікань на якість роботи книгарень, зокрема їм дорікали на неспроможність допомогти покупцеві зробити правильний вибір. Цікаво, що купівля книжок у книжкових клубах сприймається як приємний процес споживання. Нехай поняття «книжковий клуб» і підміняється тут прямим маркетингом і купівлею шляхом «книга-поштою», однак йдеться про прихильне ставлення до адресної роботи з потенційним покупцем.

Дослідження констатувало: читання не є щоденною практикою. Навіть новинні тексти - соціально-політичні, економічні новини/огляди, ознайомлення з якими/читання яких апіорі передбачає щоденну регулярність, щодня читають лише 30,5% респондентів (39,7 % - декілька разів на тиждень, 22% - взагалі 1 раз на тиждень). Майже усі види текстів прочитуються лише кілька разів на тиждень. Виняток становить духовна/релігійна література, яку її прихильники частіше читають щодня. Пояснення слід шукати, очевидно, у специфіці самого об'єкта читання і характері мотивації звернення до нього.

Щодо середньої тривалості одного сеансу читання, для переважної більшості пропонованих видів текстів вона складає 30-60 хвилин, і лише художня література забирає у респондентів більше часу - понад 1 годину. Це найтриваліший сеанс середньостатистичного читання. Понад 2 години читання готові приділити 20 % читачів художньої літератури, 12% - професійної, навчальної літератури і текстів. Середньостатистичний сеанс читання художньої літератури є найтривалішим, а соціально-політичних, економічних новин/оглядів - найсистематичнішим. Отже, частота і тривалість звернення до читання, насамперед книжок, поступово слабшають (стають менш інтенсивними), навіть серед благополучних у читацькому сенсі груп.

На мою думку, домінування фрагментарного поверхневого читання (зчитування інформації) над вдумливим пояснюється кількома обставинами: суттєве збільшення обсягів інформації робить її погано «перетравлюваною», унеможлиблює (гальмує) процеси її глибокого усвідомлення та сприйняття; масовизація контенту не лише мас-медіа, а й книжкових видань виробляє ставлення до них як до культурного продукту не надто високої якості, а отже передбачає полегшений (необтяжливий) режим рецепції; серед форм дозвілля переважають розвага та релаксація.

Загалом українці читають тоді, коли є нагода, в паузах чи одночасно з іншими видами діяльності. Для читання художньої, духовної літератури, самовчителів, порадників, літератури з організації дозвілля лише 45,5% опитаних готові виділити спеціальний час.

Окрім регулярності й тривалості, важливим показником читання, що характеризує вдумливість, а отже глибинність читання, є його цілісність. Схильною до цілісного читання виявилася лише третина респондентів, майже половина респондентів продемонструвала змішаний (цілісний та фрагментарний) тип читання. З даних, отриманих під час опитування, випливає, що фрагментарність властива читанню

<sup>2</sup> Дослідження 2013 р., проведене компанією «GFK Ukraine» на замовлення компанії «Київстар». З результатами дослідження можна ознайомитись за посиланням [http://www.gfk.ua/imperia/md/content/gfkukraine/reports/report\\_gfk\\_reading\\_pres.pdf](http://www.gfk.ua/imperia/md/content/gfkukraine/reports/report_gfk_reading_pres.pdf)

новинних текстів; тексти художньої (69,4%), духовної (54,7 %) та фахової/ділової/навчальної (50,4%) літератури більше половини респондентів готові читати повністю.

Виходячи з того, що вдумливе читання характеризується здатністю знаходити для нього спеціальний час, отримувати задоволення від читання, читати великі тексти від початку до кінця, концентруватися на читанні, прагнути обговорювати прочитане, міркувати над прочитаним і повертатися до нього, соціологи виокремили групи читачів за індексом розвитку читацької навички. Найбільшою (56,1%) виявилася група читачів, які продемонстрували середній рівень розвитку читацької навички. Група з високим рівнем її розвитку на другому місці (37,6%). Однак разом вони формують переконливу більшість - близько 90%. Не може не тішити те, що середньостатистичному українцеві, як він стверджує, читання приносить задоволення, він перечитує, обдумує й обговорює прочитане з іншими.

За описаними вище відмінностями у способі читання, а саме за шириною (охоплення усієї палітри запропонованих у питальнику текстів), щоденною систематичністю читання, тривалістю не менше ніж дві години в один сеанс читання, цілісністю, інтенсивністю «взаємодії» з текстом соціологи виокремили чотири групи читачів з різним характером читацької поведінки. Найчисельнішою (40,2%) виявилася четверта з виокремлених група - «всеїдні читачі» з найвищим індексом ширини читання. Як на мене, не дивно, що в їхній читацькій поведінці цілісне читання поєднується із фрагментарним: різні типи текстів вимагають різних способів осягнення. Дивує інше: при несистематичному і нетривалому читанні зберігається високий показник вдумливості. На другому місці (29, 4%) опинилася перша з виокремлених груп - перебірливі читачі з найбільш розвинутою читацькою навичкою. Читацька поведінка цієї групи є логічно вмотивованою і зрозумілою: її представники читають цілеспрямовано, вдумливо та систематично і при цьому підходять до вибору текстів критично. Загальним позитивним висновком вважаю те, що кількісно представники цих груп переважають над групами читачів з невибагливими читацькими запитами і смаками та мало розвинутою навичкою глибокого читання.

На основі соціально-демографічного портрету груп-лідерів можна розробляти відповідні стратегії просування у суспільстві ідей читання, піднесення рівня культури читання. В обох групах домінують особи старші за 55, при майже однаковому процентному співвідношенні між представниками інших вікових груп. В обох групах переважають жінки, однак при несуттєвій диспропорції з чоловіками (у четвертій групі майже 62 % проти 38 %, у першій - 55% проти 45 %). Понад 50% респондентів в обох групах з неповною та повною вищою освітою.

Всупереч гіпотезам, висловленим експертами, прямої залежності між рівнем розвиненості читацької навички та віком читача соціологи не виявили: пропорція між тими, хто читає цілісно й фрагментарно, з віком не змінюється. Виходить, що молодь читає не менше від дорослих. Щоправда, серед груп людей із різними проявами читацької навички, виявлених у результаті кластерного аналізу, у групі з найвищим рівнем фрагментарного та невдумливого читання найбільшу частку становлять народжені після 1984 року. Однак, на думку соціологів, цей показник свідчить радше про тенденцію, ніж пояснює причинно-наслідковий зв'язок.

**Місце читання у житті українців.** За результатами опитування читання у структурі дозвілєвих практик очікувано програє телебаченню, а також спілкуванню з друзями та близькими. Це зайвий раз доводить, що роль книги серед донедавна традиційних форм культурної діяльності таки послаблюється, і не в останню чергу під впливом альтернативних засобів аудіовізуальної культури. Натомість дивує той факт, що перегляд інтернет-сторінок поки значно поступається трьом найпоширенішим способам проведення дозвілля українців. Припускаю, лише тому, що серед пропонованих варіантів відповідей був відсутній улюблений вид інтернет-дозвілля молодшої частини аудиторії - «зависання» у соцмережах. Слід зазначити, що респонденти з однаковою інтенсивністю віддаються читанню у вільний час що у будні, що у вихідні дні.

Слід зауважити, що інтернет насправді не загрожує справжнім прихильникам книжкової культури, а це одне із загальних місць у дискурсі довкола сучасних інформаційно-комунікаційних процесів.

Як впливає з даних, отриманих компанією GfK, інтернет насправді не загрожує справжнім прихильникам книжкової культури, а це одне із загальних місць у дискурсі довкола сучасних інформаційно-комунікаційних процесів. Респонденти-читачі одночасно виявляються активними користувачами інтернету: один або кілька разів на день користуються 46% з категорії так званих «дорослих-читачів-покупців» і 45% з категорії «дорослих-читачів-непокупців». Стиль життя читачів помітно відрізняється від стилю життя нечитачів: вони різнобічні у своїх інтересах, більшість має захоплення, хобі, будує плани на майбутнє щодо свого морального, інтелектуального та професійного розвитку (а книги й інтернет стають їм при цьому у пригоді). Ця категорія респондентів часто демонструє незадоволення контентом сучасного телебачення, активно використовує гаджети, читає у будь-яку вільну хвилину (наприклад, у чергах чи транспорті) і - що вкрай важливо - саме читачі при звичають до читання своїх дітей, прилучаючи їх до культури читання, забезпечуючи тяглість відповідної традиції.



Близько 50% респондентів, в яких є діти та/або внуки, стверджують, що читають їм щодня або декілька разів на тиждень. Водночас чверть з них зізнається, що читає дітям рідше, ніж раз на тиждень. При цьому більшу активність дорослі виявляють, читаючи дітям дошкільного віку. Вочевидь, у подальшому вони перекладають цей непростий і часовитратний обов'язок на школу. Третину опитаних становить група, в якій батьки дітей до 15 років/або самі діти не прочитали та/або не придбали жодної книжки впродовж трьох місяців.

Доволі тривожним сигналом можна вважати часто повторювані у поглиблених інтерв'ю нарікання респондентів на те, що дітей щораз важче змушувати читати, надто за альтернативи телебачення чи комп'ютера, важко втримувати увагу навіть при читанні. Батьки усвідомлюють, що їхні діти менш шанобливо ставляться до читання і книги та не розуміють значення читання для розвитку особистості, часом навіть визнають власне безсилля у намаганні переконати дитину в корисності й цікавості читання.

**Ставлення до читання.** 77,7 % усіх опитаних засвідчили любов до читання, причому ця прихильність «вихована» в більшості (а це майже 94%) ще у підлітковому віці. Водночас 62,3% респондентів, опитаних про.това, стверджували, що полюбили читання уже в дорослому віці. Виходить, читач не обов'язково «починається з дитинства»?

Майже половина опитаних (53,9%) визнала, що читає недостатньо. Менш критичними в самооцінці частоти читання виявилися ті, хто читають книжки (чи то 1 книжку на рік, чи то 12): майже 81% впевнені, що читають цілком достатньо.

Ставлення до читання в суспільстві залишається достатньо позитивним. 60,8% респондентів вважають, що читання є запорукою успішності людини у суспільстві загалом, і в українському зокрема (53,4%). Вони демонструють розуміння важливості читання, як і інших потреб нематеріального походження (повноцінного спілкування з родиною, друзями, знайомими; повага та визнання близьким соціумом тощо). Понад 80% опитаних розглядають читання як важливий компонент саморозвитку, водночас для більшості (майже 70%) саморозвиток сьогодні не є пріоритетом. Як показують результати оцінки читання у контексті пріоритетності і важливості різних потреб сучасного українця, важливішою потребою для більшості респондентів є наявність стабільного джерела доходу. І це, на думку, соціологів, підтверджує одну з вихідних гіпотез щодо домінування потреб, пов'язаних із задоволенням безпеки.

Слід наголосити на тому, що 2/3 респондентів високо оцінили роль школи і сім'ї як чинників впливу на розвиток читання у дитячому віці. При цьому для тих, хто народився до 1984 року, першість у цьому питанні була за школою, а тих, хто народився після 1984 року, - за сім'єю. Усе це засвідчує очевидне зниження суспільної ролі (авторитету) сучасної школи у питаннях залучення юної генерації до літературної традиції, прищеплювання традиції й культури читання.

Майже половина респондентів належить до справжніх бібліофілів, що збирають домашню бібліотеку, вважаючи її ознакою освіченості й інтелегентності, запорукою доброго виховання та позитивного впливу на дітей. Серед причин відсутності домашньої бібліотеки, небажання купувати та колекціонувати книжки респонденти називають як традиційні (скажімо, невідповідні квартирні умови), так і новочасні, актуальні здебільшого для молодого покоління (скажімо, обмеження мобільності у пересуванні; легший, швидший і дешевший (безкоштовний) шлях пошуку тексту в інтернеті).

У відповідях на уточнювальне питання процес купівлі книги, гортання сторінок та володіння книгою трактувались як особлива, майже святкова (а отже небуденна) практика. Обмін книжками описувався як зручний спосіб отримання книжок та привід для спілкування. Прикметно, що опитувані відзначали переваги читання паперових (друкованих) книжок над читанням електронних.

**Причини нечитання/недостатнього читання.** Головною причиною нечитання усіх запропонованих видів текстів виявилась відсутність мотивації для їхнього читання. Найнижчу мотивацію виявили респонденти до читання духовної та релігійної літератури (71% респондентів зазначили, що не відчувають потребу в її читанні, одночасно читання саме цього виду літератури здійснюється з найвищою частотністю), проте невисокою виявилась потреба й у читанні текстів як дозвіллевого, так і фахового характеру. Майже однакову читацьку «байдужість» виявили респонденти до текстів розважального характеру, організації дозвілля й хобі та фахової літератури. І навіть у ставленні до художньої літератури, до текстів про мистецтво і культуру, до соціально-політичного новинного блоку тих, хто має потребу в їхньому прочитуванні, менше ніж тих, хто цієї потреби не має.

Названа причина у 10 разів випереджає усі інші причини - брак грошей для купівлі, відсутність/брак місць продажу та бібліотек, відсутність якісних, гідних уваги текстів/творів, брак рекомендаційної інформації та ін. Чи засвідчує цей результат реальну ситуацію? На мою думку, така диспропорція у виборі пояснювальних аргументів може свідчити про те, що більшість респондентів за відсутності базової потреби у читанні навіть не намагається проаналізувати інші, насправді вагомі причини. Бо тоді як пояснити, скажімо, малий відсоток «нарікань» на обмеження доступу до книжок та інформації,

спричинене браком місць продажу, засиллям у книготорговельному асортименті ширвжитку (маскульту), браком укомплектованих актуальною літературою бібліотек, надто у сільській місцевості. У відповідях на уточнювальні питання проглядається очевидне бажання респондентів «виправдатися»: пояснити нечитання браком часу, цілковитим зануренням у сім'ю, роботу.

Основною причиною нечитання у дослідженні GFK називалася відсутність часу (56%), альтернатива з боку телебачення та радіо (35%), втрата зацікавлення до читання з віком (27%) і відсутність інтересу до книжок упродовж життя (17%). Показово, що лише 14% опитаних бачать перешкоду для читання книжок в інтернеті.

Зауважу: дослідження спростовує ще одну доволі популярну в суспільстві та в експертному середовищі думку про те, що однією з причин некупівлі і нечитання книжок є брак коштів у потенційних споживачів. Серед причин нечитання усіх видів текстів на цю причину вказало від 3 до 7% респондентів. І це при тому, що серед опитаних - переважна більшість людей зі скромним рівнем доходів. Так, для купівлі гарного костюму, мобільного телефону, порохотяга треба позичати чи заощаджувати 39,2 % респондентам; купівлі одягу, взуття - 23,1% (цій групі взагалі вистачає лише на харчування); купівлі телевізора, холодильника - 19,5 %. Лише 1,4% респондентів можуть дозволити собі робити будь-які необхідні покупки у будь-який час.

Справді, економічні трансформації, що відбулися в нашому суспільстві упродовж останніх двох десятиліть, спричинили й докорінні зміни у питанні доступності книжкової культури: вона перестала бути «дешевою». Проте, як бачимо, причини нечитання не у фінансових бар'єрах, а в принциповій зміні самої структури соціальних комунікацій, у сприйнятті суспільством традиційних форм культурної діяльності. Протиставлення у відповідях читання книжок і справді «важливих речей» вказує на те, що для сучасних українців читання не є органічною, самозрозумілою частиною щоденного життя, натомість заняттям, яке вимагає жертв: часу, напруги мозку (на противагу, скажімо, релаксації під час перегляду телепрограм на дивані) і при цьому не дає безпосередньої швидкої віддачі. Цілковитою очевидною й маргіналізація читання, обмеження його буття дозвілльєвим полем: респонденти можуть звертатися до нього лише тоді, коли немає, не було, або не буде побутового робочого стресу (у дитячі та юнацькі роки, на пенсії, коли хворієш, коли немає що робити на роботі тощо).

Та, попри усе, відкрито визнавати себе нечитачами респонденти поки що не готові: опитані, які стверджували, що читають книжки і водночас не могли це підтвердити назвами прочитаних книжок, насправді, вочевидь, хотіли видаватися кращими. Бо ж навіщо тоді лукавити?! Отже, з усього випливає, що читання поки що зберігає за собою статусні позиції, виступаючи важливим атрибутом (маркером) освіченості і культурності людини.

**Замість підсумків.** Зайве доводити, що культура читання є необхідною передумовою розвитку інформаційної культури особистості й суспільства загалом: її не можна сформувати у суспільстві, яке не читає. Проте незайве нагадати й про глибинні духовні зміни, що їх здатне спричинити читання. Комунікативна сутність читання, утвердження за його посередництвом загальноновизнаних культурних норм сприяють взаєморозумінню між людьми, толерантності, пом'якшенню й гуманізації внутрішнього життя у суспільстві, контактам між народами.



# ЗВІТ ДОСЛІДЖЕННЯ ЧИТАЦЬКИХ ЗВИЧОК ТА СТАВЛЕННЯ ДО ЧИТАННЯ

Компанія pro.mova

## ОСНОВНІ ВИСНОВКИ

Експерти зі сфери читання в Україні зазначають, що читацькі звички та ставлення до читання в Україні змінюються. Внаслідок стрімкої інформатизації суспільства в останні роки за допомогою читання людина опрацьовує більший, ніж раніше, обсяг інформації. При цьому, зараз у читача менше можливостей і бажання для вдумливого, глибокого читання, яке, на думку експертів, є важливим фактором розвитку суб'єктності індивіда. Гіпотези, розроблені в результаті експертних обговорень, були перевірені у загальнонаціональному репрезентативному дослідженні читацьких звичок та ставлення до читання.

### Як читають і ставляться до читання українці загалом

Середньостатистичний українець віком 16+ років за останній рік прочитав близько 4-х книжок обсягом понад 100 сторінок (4,31 книги). Загалом більшість респондентів (58,4%) зазначає, що впродовж останніх 12 місяців вони читали довгі тексти (книги обсягом понад 100 сторінок), 11,7% українців зазначили, що не читають нічого. Відповідно, орієнтовно третина респондентів читають виключно короткі тексти.

Майже 80% українців стверджують, що люблять читати, але більшість визнає, що читає недостатньо. Разом з тим, переважна більшість (80,7%) тих, хто вважає, що читає достатньо, читає від 1 до 12 книжок на рік.

У структурі дозвіллевих практик читання посідає третє місце, «програючи» лише перегляду телебачення та спілкуванню з друзями та близькими. Перегляд фільмів та інтернет-сторінок поки що значно поступається трьом найпоширенішим способам проведення дозвілля.

Ставлення до читання в суспільстві є доволі позитивним – читання розглядається як важливий компонент саморозвитку (так вважає понад 80% респондентів), однак для більшості опитаних саморозвиток зараз не є пріоритетом (майже 70%). Статистично значуща відмінність в оцінці впливу школи та друзів/оточення на розвиток читацької навички між респондентами, що народилися до 1984 року, і тими, хто народився після 1984 року. Народжені до 1984 року оцінюють цей вплив позитивніше.

Основною причиною нечитання виявилась відсутність потреби у читанні, а не обмеженість доступу до текстів, як припускали експерти. При детальнішому опитуванні про причини нечитання чи зменшення обсягів читання респонденти акцентували увагу на зовнішніх факторах (робота, сім'я, інтернет), які забирають більшість часу, не залишаючи часу «на себе». На основі цього можна припускати, що читання – це дозвілля, надбудова, діяльність, яка не дає безпосередньої швидкої віддачі, потребуючи натомість певної жертви: часу, зусиль (наприклад, тримати в пам'яті сюжет) тощо. У відповідях спостерігалось протиставлення читання і «важливіших речей», таких, як робота і родина, читання поєднувалось із дозвіллям, коли немає, не було, або не буде побутового робочого стресу (в молодості, на пенсії, коли хворієш, коли немає що робити на роботі).

### Усереднений дорослий (16+) український читач

Читачі, переважно, стверджують, що хороших текстів для читання їм достатньо. Разом з тим, лише 28,8% респондентів вказали, що читають художню літературу декілька разів на тиждень або частіше.

Українці радше читають у вимушених паузах, паралельно з іншою діяльністю, аніж виділяють окремий час на читання. Однак, при цьому, вони схильні читати тексти цілісно, а не фрагментарно.

Рівень розвитку читацької навички не корелює ані з віком, ані з освітнім рівнем, ані зі статтю, ані з місцем проживання. Він позитивно корелює лише з суб'єктивною оцінкою любові до читання.

За допомогою кластерного аналізу було виведено чотири групи людей із різними проявами читацької навички. В групі з найвищим рівнем фрагментарного та невдумливого читання є найбільша частка народжених після 1984 року<sup>3</sup>, хоча цей показник є свідченням радше тенденції, ніж поясненням причинно-наслідкового зв'язку.

<sup>3</sup> Це особи, що закінчили школу до 2000 р., а період їх підліткового віку припадав на кризові 90-ті роки, коли матеріальні труднощі могли відсунути у пріоритетах їхніх батьків розвиток читання у дітей.

# МЕТОДОЛОГІЯ

## Мета дослідження

Дослідження проводилося для того, щоб зрозуміти феномен читання як культурної практики, а також дослідити ставлення до читання в сучасному українському суспільстві.

## Особливості проведення дослідження

У процесі підготовки та перших кроків проведення дослідження експерти pro.mova разом із партнерами та замовниками дослідження ГО «Форум видавців» у межах проекту Book Platform дискутували щодо способу проведення дослідження. Процес розробки гіпотез та їхня операціоналізація супроводжувалися глибинними інтерв'ю з експертами та експертною дискусією. До необхідності корекції попередньо узгодженої методології підштовхнули декілька факторів: необхідність уточнення та концептуалізації предмету дослідження (спільна з експертним середовищем розробка поняття «читання»), а також суспільно-політичні події, що розгорнулися в країні під час проведення дослідження. Окрім цього, експертна дискусія щодо теми читання зачепила глибше суспільно-політичне питання суб'єктності — готовності і спроможності особи приймати рішення та формувати власну думку, яке теж потребувало узгодження з методологією дослідження. Дослідники застосували ширший, ніж планувалося, перелік статистичних процедур, включно з кластерним аналізом. Замість фокус-групових дискусій були проведені поглиблені телефонні інтерв'ю з частиною респондентів, які були опитані впродовж національного кількісного опитування та репрезентували типи читачів відповідно до гіпотез та практичних цілей дослідження. Усі ці кроки були здійснені для синергії та активізації зусиль різних стейкхолдерів у сфері читання.

## Етапи дослідження

1. Підготовчий етап (розробка методології і поглиблення первинного розуміння читання, експертні інтерв'ю та дискусія)

Глибинні експертні опитування проводилися у період з 18 серпня до 2 вересня 2013 року під час особистих зустрічей команди дослідників pro.mova (Вікторія Бриндза, Людмила Янкін, Тарас Прокопишин, Алім Алієв) у Львові та Києві, а також за посередництвом телефонного та Skype-зв'язку. Таким чином було опитано 28 експертів. Інтерв'ю тривали 40-90 хвилин. Додатково думки одного з експертів були отримані через аналіз його публічного виступу в медіа. П'ять експертів взяли участь у тематичній дискусії, ще двоє дали свої коментарі до переліку гіпотез, які були опрацьовані у результаті експертних опитувань. Детальніше перелік експертів та ступінь їхнього залучення можна переглянути у розгорнутому технічному завданні «Результати підготовчого етапу (технічне завдання) дослідження читацьких звичок та ставлення до читання».

2. Національне кількісне дослідження

Польовий етап дослідження проводився з 10 жовтня до 10 грудня 2013 року. Обсяг вибіркової сукупності — 1962 респонденти віком від 16 років (задана теоретична похибка 2,18% при 95% довірчому інтервалі). Вибірка ймовірна, багатошаблева, із застосуванням квот за статеві-віковими характеристиками на останньому шаблі відбору.

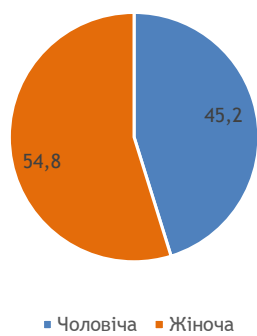
Частина запитань стосувалась лише читачів, і за цією ознакою обсяг вибіркової сукупності складає 1733 респонденти (задана теоретична похибка 2,4% при 95% довірчому інтервалі).

№	Область опитування	Кількість респондентів	Частка респондентів відносно вибіркової сукупності, %
1.	АР Крим	97	4,9
2.	Вінницька	69	3,5
3.	Волинська	41	2,1
4.	Дніпропетровська	154	7,8
5.	Донецька	191	9,7

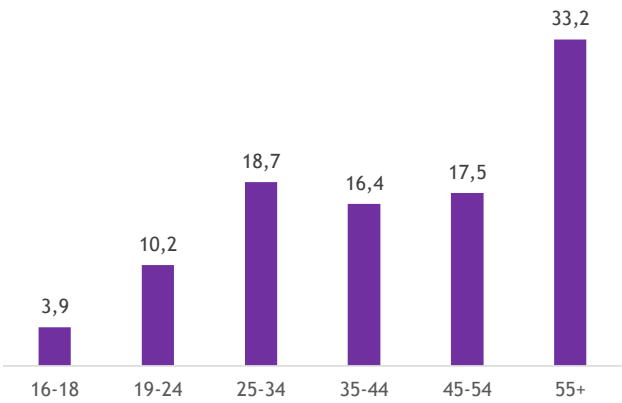
6.	Житомирська	55	2,8
7.	Закарпатська	53	2,7
8.	Запорізька	81	4,1
9.	Івано-Франківська	50	2,5
10.	Київська	187	9,5
11.	Кіровоградська	41	2,1
12.	Луганська	106	5,4
13.	Львівська	104	5,3
14.	Миколаївська	51	2,6
15.	Одеська	108	5,5
16.	Полтавська	71	3,6
17.	Рівненська	50	2,6
18.	Сумська	51	2,6
19.	Тернопільська	50	2,5
20.	Харківська	108	5,5
21.	Херсонська	51	2,6
22.	Хмельницька	50	2,6
23.	Черкаська	58	3
24.	Чернівецька	35	1,8
25.	Чернігівська	51	2,6

Соціально-демографічні характеристики респондентів

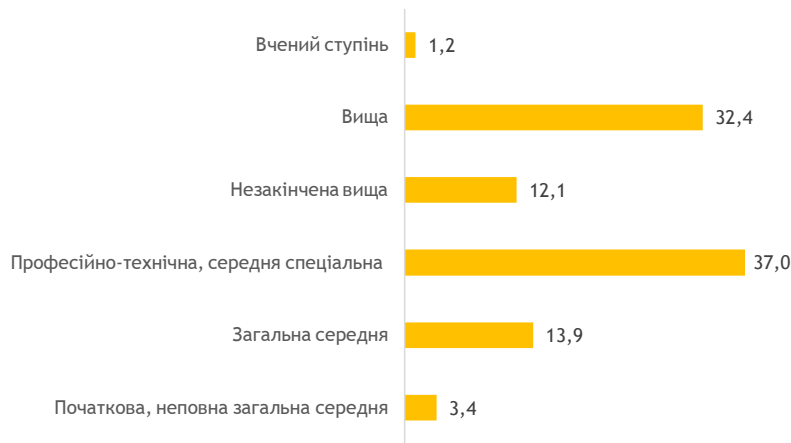
Стать



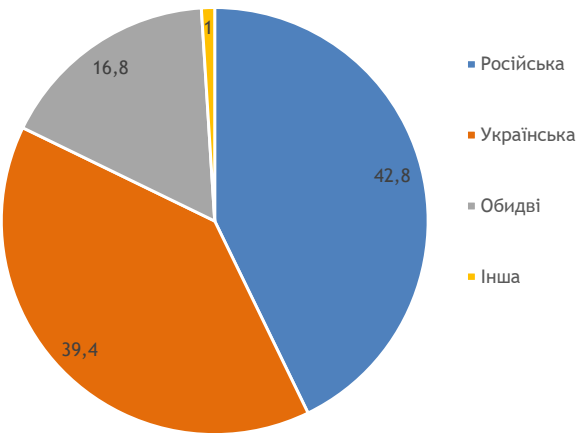
Вік



Освітній рівень



Мова спілкування



## Рівень матеріального забезпечення



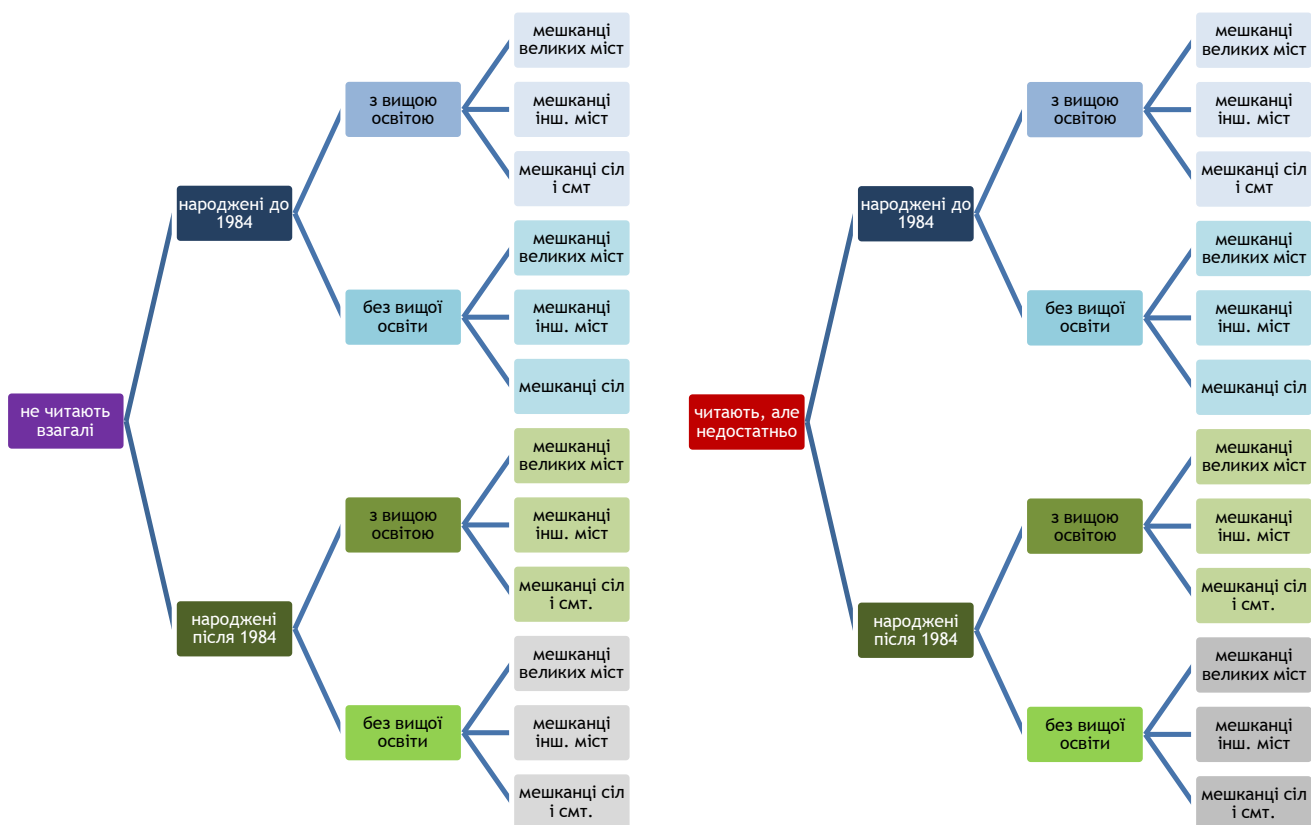
### Предмет дослідження

- Спосіб читання мешканців України
- Навичка читання
- Причини нечитання
- Місце читання у дозвіллі та серед інформаційно-культурних практик
- Сприйняття читання
- Громадська думка про:
  - значення читання для накопичення культурного капіталу
  - вплив сім'ї, школи, медіа, державної політики та церкви на розвиток культури читання у дітей
  - зміну впливу сім'ї та школи на формування звички читання

Детальніше ознайомитися із гіпотезами та запитальником можна у документі «Результати підготовчого етапу (технічне завдання) дослідження читацьких звичок та ставлення до читання» на сайті проекту [www.bookplatform.org](http://www.bookplatform.org).

### 3. Поглиблення розуміння результатів кількісного дослідження шляхом додаткового опитування респондентів

Цей етап дослідження реалізовувався з 23 грудня 2013 до 18 січня 2014 року дослідниками pro.mova (Людмила Янкіна, Марина Ткаченко, Діана Бака) методом телефонного опитування. Інтерв'ю проводилися з частиною респондентів, які були опитані під час національного кількісного опитування та репрезентували певні групи читачів/нечитачів відповідно до гіпотез та практичних цілей дослідження. Середня тривалість одного інтерв'ю 10-15 хвилин. Загалом було опитано 48 осіб (24 групи, у кожній групі по 2 особи):



З метою отримання глибшого розуміння читацьких практик та факторів, які на них впливають, для виділених груп були сформульовані наступні запитання:

- Що заважає читати? Що мало б статися для того, аби ви читали більше?
- Чому не формуєте свою бібліотеку, як отримуєте книжки?
- За яких умов читаете більше?
- За яких умов ваші діти читають більше?

Детальніші відповіді на уточнюючі запитання можна переглянути на сайті проекту [www.bookplatform.org](http://www.bookplatform.org).

#### 4. Підготовка висновків та рекомендацій

Висновки та рекомендації дослідження готувалися із врахуванням результатів та напрацювань усіх етапів дослідження: підготовчого, експертного, кількісного та уточнюючого якісного. Також враховувалися дані дослідження «Читання книжок в Україні», що проводилося напередодні компанією «GfK Ukraine» на замовлення компанії «Київстар».

#### Виконавець дослідження

Аналітичний Центр компанії pro.tova проводить дослідження як для внутрішніх потреб компанії, так і в якості самостійних проектів. Ініціює, таким чином, громадську дискусію та наступні активності зацікавлених сторін.

Аналітики компанії є фахівцями в якісних та кількісних дослідженнях, а також авторами унікальних методик та підходів, проводять навчання для соціологів України, Кавказу та Середньої Азії.

Сильна сторона Аналітичного Центру — глибока інтерпретація даних та результатів досліджень завдяки хорошій європейській освіті, міжнародному досвіду, розумінню місцевих контекстів та тенденцій світового розвитку.

Відповідальні особи Вікторія Бриндза та Руслан Савчинський

# РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

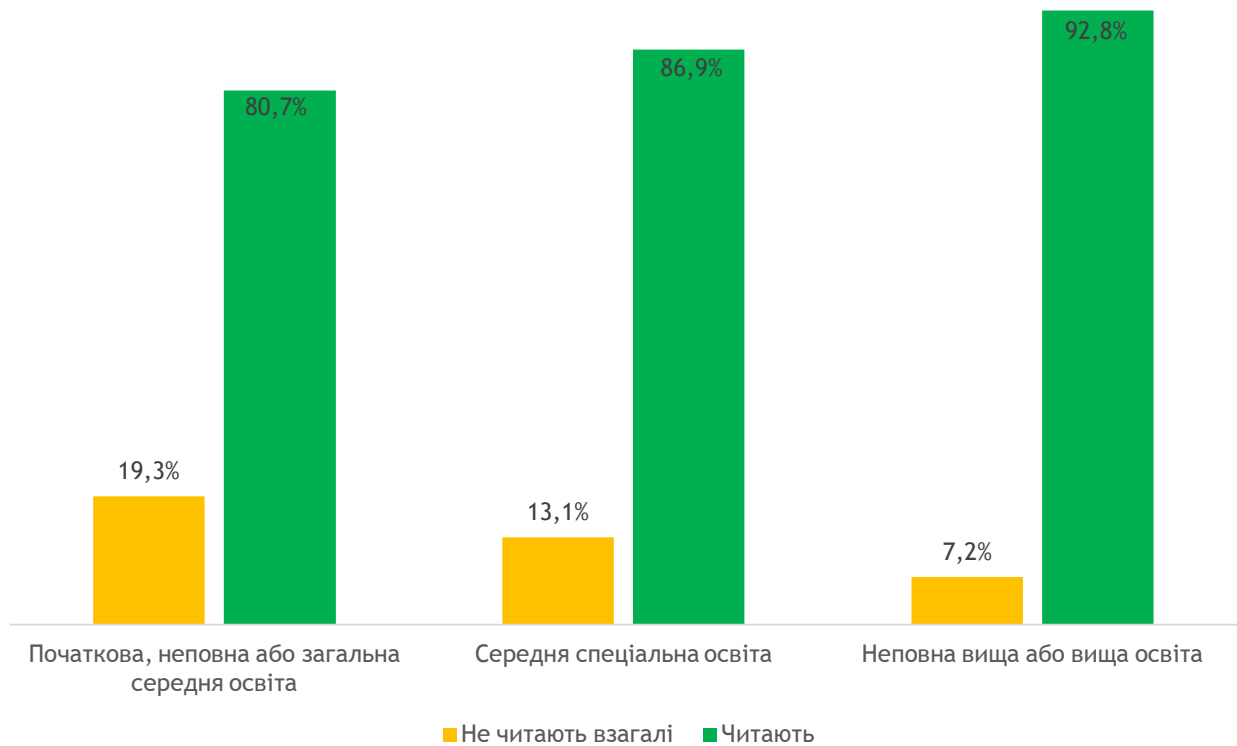
## Як читають і ставляться до читання українці загалом

88,3% українців є читачами (читають хоча б один із типів текстів, що були зазначені у запитальнику). Майже 12% українців не читають жодного з перелічених типів текстів.



Діаграма 1. Частка читачів та нечитачів текстів

Серед осіб із початковою, неповною або загальною середньою освітою найбільша частка тих, хто не читає взагалі; найменша частка тих, хто взагалі не читає, - серед осіб з вищою освітою.



Діаграма 2. Співвідношення частки читачів та нечитачів текстів у розрізі рівня освіти



Тексти для дослідження були поділені на сім типів:

1. Художня література: поезія і проза
2. Фахова/ділова/навчальна/наукова література, аналітичні статті, огляди, професійні довідники
3. Соціально-політичні/економічні новини, огляди
4. Тексти про культуру, мистецтво, літературу
5. Тексти про життя зірок, спорт, моду, цікаві події, кросворди, анекдоти
6. Самовчителі/довідники/порадники про хобі, рукоділля, ведення господарства, виховання дітей
7. Духовна, релігійна література

Респонденти давали відповіді по кожному типу текстів - читали вони їх чи ні протягом останніх 12 місяців. Найбільше відповідей «так» отримали Соціально-політичні/економічні новини та Художня література, а також тексти про життя зірок, спорт, моду тощо. Духовну та релігійну літературу читає найменша частка респондентів.



52,6%

Соціально-політичні/економічні новини, огляди



52,5%

Художня література: проза і поезія



51,1%

Тексти про життя зірок, спорт, моду, цікаві події, кросворди, анекдоти



42,4%

Фахова/ ділова/ навчальна/ наукова література, аналітичні статті, огляди, професійні довідники



40,8%

Самовчителі/ довідники/ порадники про хобі, рукоділля, ведення господарства, виховання дітей



31,9%

Тексти про культуру, мистецтво, літературу



26,9%

Духовна, релігійна література

Діаграма 3. Частки респондентів, що читають різні типи текстів (відповідь «Так» на запитання «Чи ви читали протягом останніх 12 місяців такі типи текстів?»)

Основною причиною нечитання серед тих, хто не читає той чи інший тип тексту, є відсутність потреби чи бажання у читанні. Така тенденція є однаковою для усіх типів текстів. Частка осіб, що назвали цю причину нечитання, є значно вищою (орієнтовно в 10 разів) у порівнянні з частками інших причин.



- У моєму населеному пункті вони не продаються
- У моєму населеному пункті їх важко знайти у бібліотеках чи позичити
- Немає достатньо грошей для їх купівлі
- Мені не вистачає інформації для вибору того, що читати
- Відсутні, на мою думку, хороші, цікаві, якісні, корисні тексти
- Немає потреби чи бажання читати такий тип
- Інше

Діаграма 4. Частки респондентів, що читають різні типи текстів (відповідь «Так» на запитання «Чи ви читали протягом останніх 12 місяців такі типи текстів?»)

Серед причин нечитання художньої літератури, які респонденти вказали у пункті «інше», найпоширенішими є відсутність вільного часу та проблеми з зором чи біль очей під час читання.

При деталізації запитання про причини нечитання чи зменшення обсягів читання респонденти акцентували увагу на зовнішніх факторах (робота, сім'я, інтернет), які забирають більшість часу, не залишаючи часу «на себе», непрямо пояснюючи, що читання - це дозвілля, надбудова, діяльність, яка не дає безпосередньої швидкої віддачі, потребуючи натомість певної жертви: часу, зусиль (наприклад, тримати в пам'яті сюжет). У відповідях спостерігалося протиставлення читання і «важливіших речей», таких, як робота і родина, читання поєднувалося із дозвіллям, коли немає, не було, або не буде побутового робочого стресу (в молодості, на пенсії, коли хворієш, коли немає що робити на роботі).

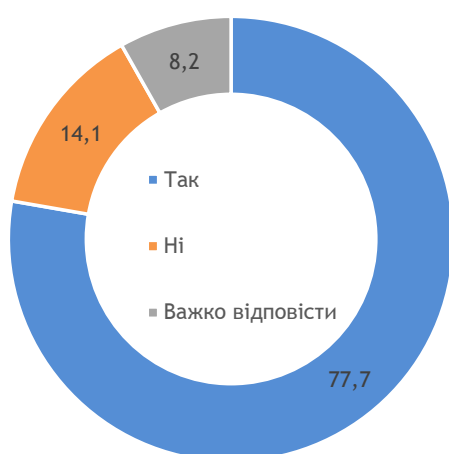
Іншою складовою пояснення нечитання стала відсутність книжок, які б зацікавили, захопили, ускладнений спосіб вибору того, що було б дійсно вартісним, вартувало б витрачених зусиль.

Були й інші типи пояснень, пов'язані із фізичною неспроможністю читати, відсутністю промоції читання в медіа, домінуванням негативного дискурсу в медіа, а читання, відповідно подавалося як діяльність позитивна.

Опитувані згадували різні стимули до читання з власного досвіду: потреба у інформації, потреба «вбити» час, порада тих, кому довіряють, промоція книги, бажання прочитати твір після перегляду фільму, членство в книжковому клубі, бажання зануритися в інший світ, випадкове потрапляння книги «під руки» і неможливість відірватися.

Майже 80% українців стверджують, що люблять читати. При цьому, більшість вважає, що читає недостатньо.

Ви загалом любите читати?



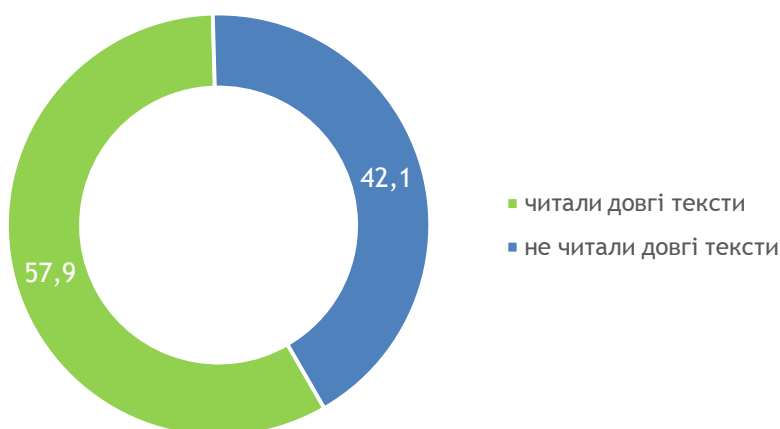
Діаграма 5. Оцінка респондентами їхньої любові до читання (відповіді на запитання «Ви загалом любите читати?»)

На вашу думку, ви зараз достатньо читаєте?



Діаграма 6. Оцінка респондентами достатності їхнього читання (відповіді на запитання «На вашу думку, ви зараз достатньо читаєте?»)

Згідно з експертними оцінками, у розвитку навички читання важливою є практика читання довгих текстів. За результатами дослідження, 57,9% українців стверджують, що впродовж останніх 12 місяців прочитали повністю хоча б одну книгу обсягом понад 100 сторінок. При цьому, приблизно кожен 10-ий з 57,9% не зміг вказати назву останньої прочитаної книжки. В середньому українець за останні 12 місяців прочитав 4,3 книги обсягом понад 100 сторінок.



4,3  
книги на рік

Діаграма 7. Співвідношення кількості респондентів, які за останні 12 місяців читали довгі тексти (книги обсягом понад 100 сторінок), і тих, які не читали

Частка українців-нечитачів — 42% — вдвічі більша, ніж частка тих, хто не читає взагалі у США. У Росії відповідний показник становить 46%<sup>4</sup>, у Великій Британії — 34%<sup>5</sup>.

Кількість прочитаних книг за останній рік	Україна <sup>6</sup>	США <sup>7</sup>
0	42%	19%
1-5	35%	32%
6-10	13%	15%
11+	10%	31%

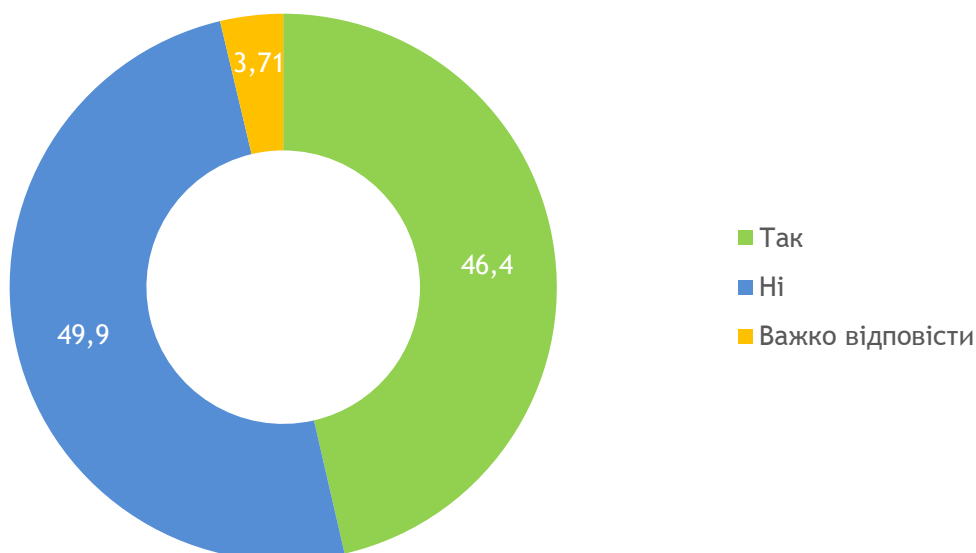
<sup>4</sup> частка людей віком 18+, face-to-face опитування, n = 2000, 2008 рік, дані Левада-Центр

<sup>5</sup> частка людей віком 16+, face-to-face опитування, n = 2000, 2005 рік, дані BML

<sup>6</sup> частка людей віком 16+, face-to-face опитування, n = 1962, 2013 рік, дані pro.mova

<sup>7</sup> частка людей віком 18+, телефонне опитування, n=2986, 2011 рік, дані Gallup surveys and Pew Research Center

## Чи у вас є/чи ви формуєте власну бібліотеку?



Діаграма 8. Наявність/формування бібліотеки респондентами («Чи у вас є/чи ви формуєте власну бібліотеку?»)

Твердження респондентів щодо наявності у них чи формування ними бібліотеки розподілені приблизно порівну – майже 50 мають/формують бібліотеку, 46 - ні.

В уточненнях відсутність домашньої бібліотеки, з одного боку, пов'язувалась із так званим «квартирним питанням» (вимушеності ділити житло з іншими) та обмеженням мобільності, яке може спричиняти велика кількість книжок, з іншого боку – опитувані пояснювали відсутність потреби у купівлі та зберіганні книжок тим, що швидше можна знайти текст в інтернеті, аніж на полиці.

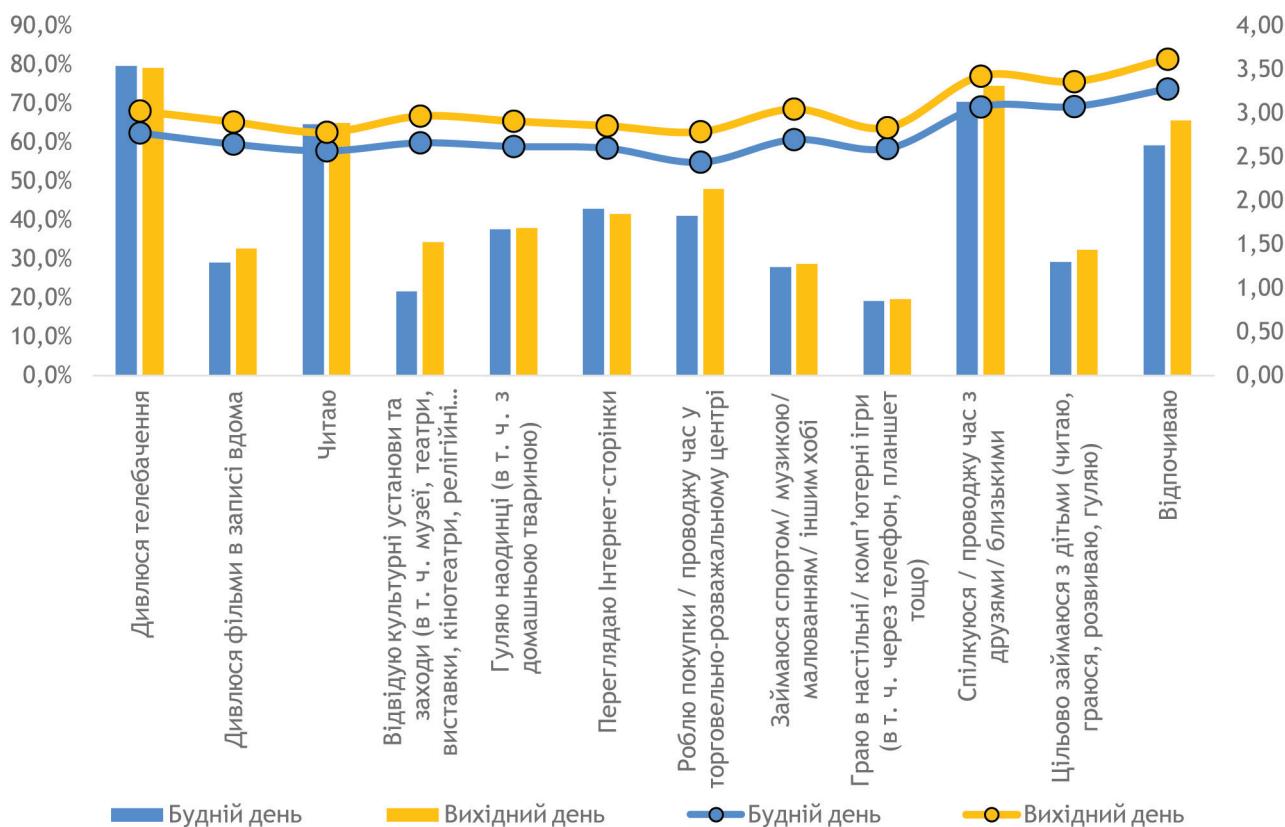
Для інших домашня бібліотека була ознакою освіченості та інтелігентності. Наявність бібліотеки обґрунтовувалась як необхідна складова доброго виховання та позитивного впливу на дітей.

У відповідях на уточнюючі запитання – про спосіб отримання книг, процес купівлі книги, гортання сторінок та користування книгою – процеси пояснювалися як особлива, майже святкова (а отже, небуденна) практика, спостерігалось протиставлення зручнішого паперового читання та вимушеного електронного. Обмін літературою описувався як зручний спосіб отримання книжок та привід для спілкування. Завантаження тексту з інтернету трактувалося як простий і безкоштовний спосіб отримати «книгу». Купівля книг визначалася недоцільною, оскільки можна отримати її безкоштовно. Особливо, якщо книгарні не спроможні допомогти покупцю обрати, що саме купити. Звучало пояснення, що зараз в книгарні можна розгубитися, втратити час, а, купивши щось на перший погляд привабливе, потім розчаруватися. У випадку, коли знаєш, що шукаєш, зручніше замовити через інтернет, зі складу, позичити у знайомих або завантажити текст. Відповідно, роль і функція книгарні сприймалися як неочевидні.

Також звучав інший тип пояснень способу отримання книжок, пов'язаний із налагодженим процесом купівлі книжок у книжкових клубах, як приємним процесом споживання.

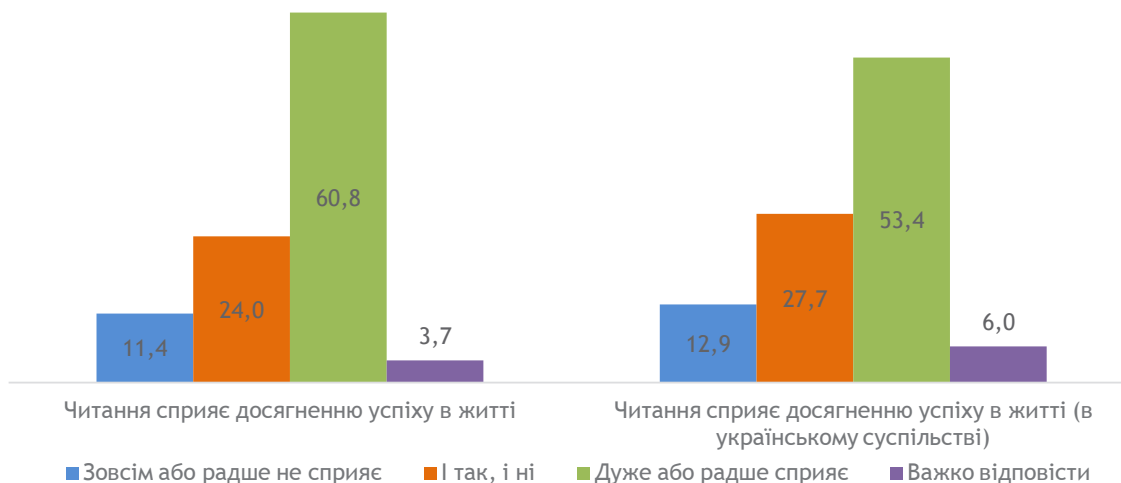
Читання входить до трійки найпоширеніших дозвіллевих практик, поступаючись лише перегляду телебачення та спілкуванню з друзями і близькими. Найбільші частки респондентів, як у будній, так і у вихідний день, надають перевагу наступним видам дозвілля: перегляд телебачення (близько 80%), спілкування з друзями, близькими (близько 70%) та читання (майже 65%). Інтернет-сторінки переглядають близько 40% людей, фільми дивляться близько 30%. Суттєвих відмінностей між будніми та вихідними днями у більшості досліджуваних способів проведення дозвілля не спостерігається.

Час, який виділяють на різні види дозвіллевих практик, є приблизно однаковим і становить, в середньому, від півгодини до 2 годин (респонденти оцінювали приблизну тривалість за п'ятибальною шкалою, де «1» – декілька хвилин, «2» – від півгодини до години, «3» – орієнтовно 1-2 години, «4» – орієнтовно 2-5 годин і «5» – понад 5 годин).



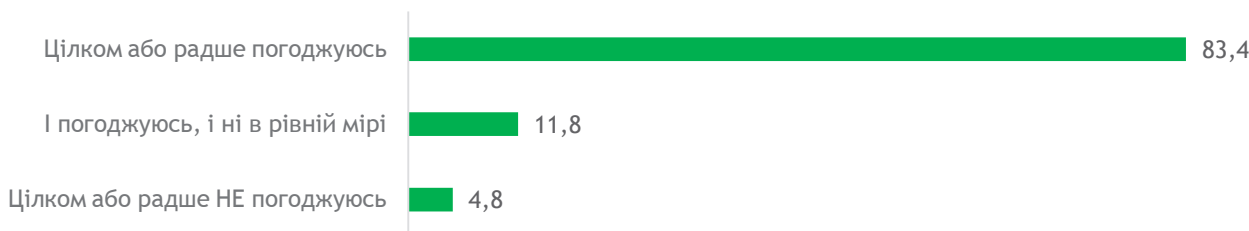
Діаграма 9. Місце читання серед дозвіллевих практик

Більшість українців схильна вважати, що читання загалом сприяє досягненню успіху в житті. Дещо меншою є частка тих, хто погоджується із цією тезою стосовно українських реалій. Майже 13% вважають, що читання не сприяє досягненню успіху в сучасному українському суспільстві.



Діаграма 10. Оцінка того, наскільки читання сприяє досягненню успіху взагалі і в українському контексті зокрема

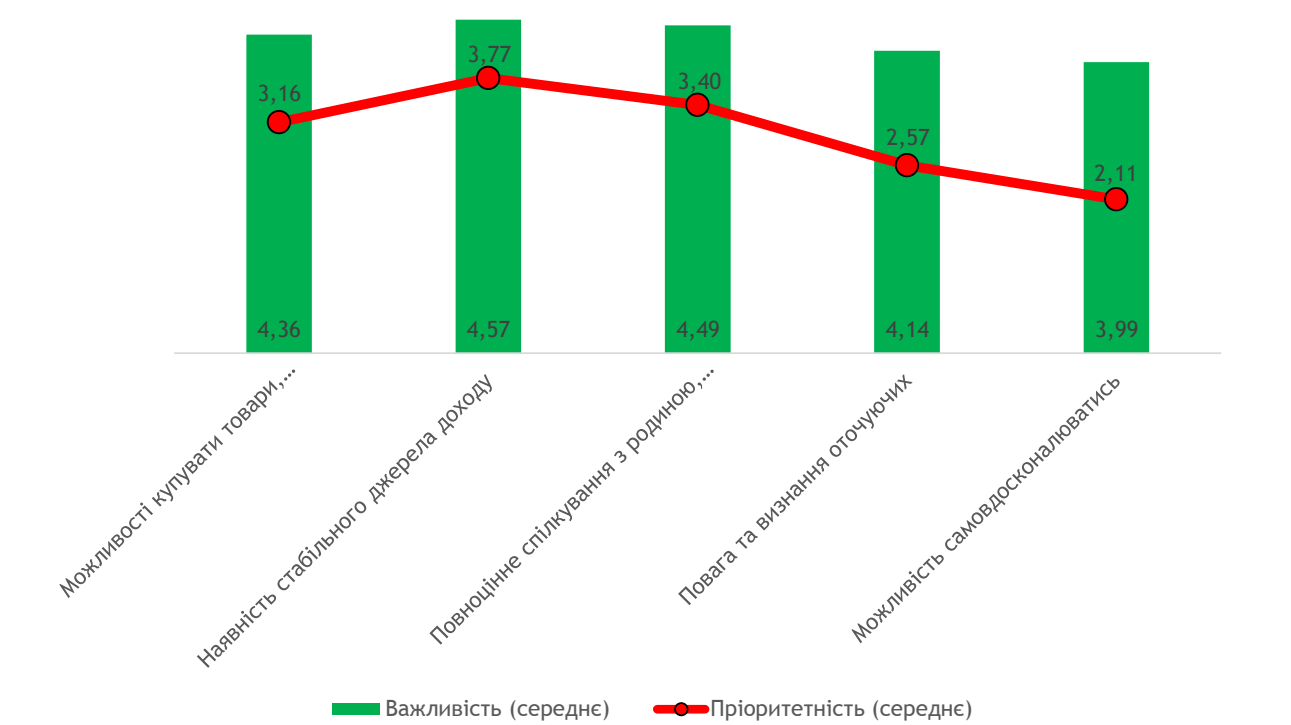
Понад 80% українців погоджуються із тим, що читання є дуже важливим процесом для саморозвитку.



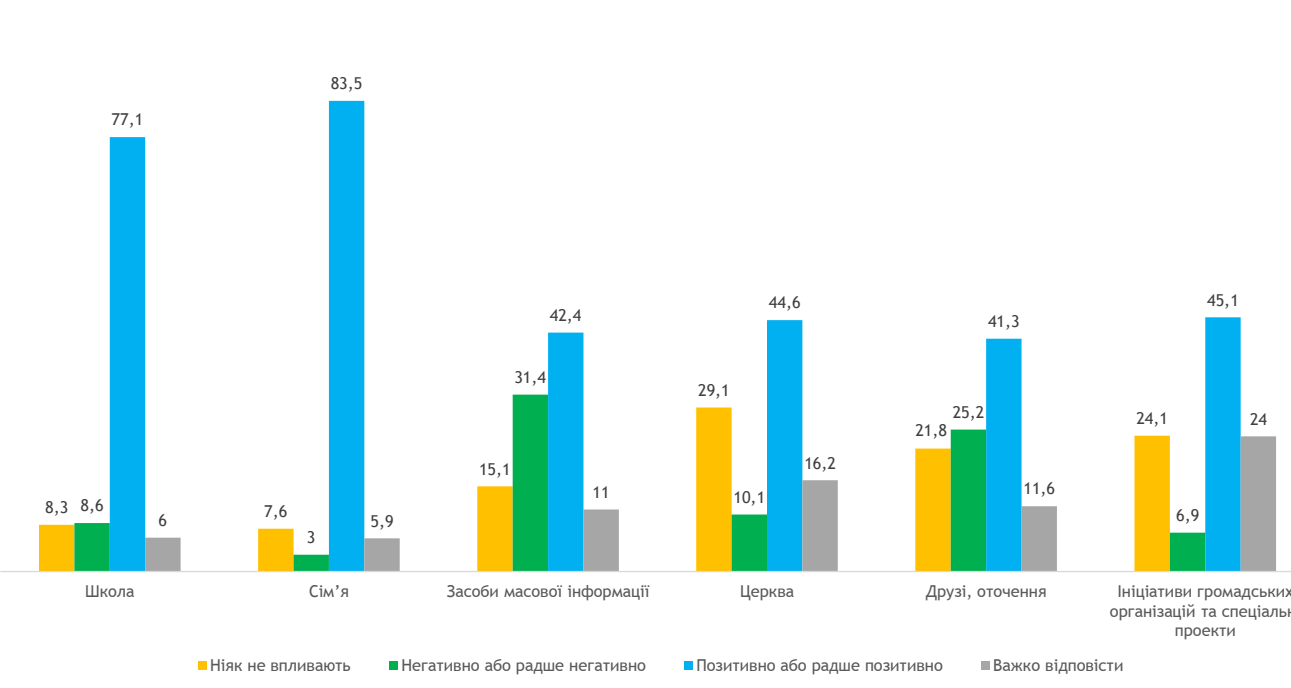
Діаграма 11. Оцінка сприяння читання для саморозвитку

Оцінюючи кожен потребу окремо, українці вказують на важливість як потреб нижчого, так і потреб вищого рівня - отримане середнє значення оцінки важливості для кожної потреби є вищим за 3,9 (за шкалою від «1» – зовсім неважливо, до «5» – дуже важливо). У випадку розташування цього ж переліку потреб у порядку пріоритетності наявність стабільного джерела доходу є порівняно найважливішою та найпріоритетнішою потребою для респондентів, а саморозвиток – найменш важливим і найменш пріоритетним (пріоритетність визначалася ранжуванням від «5» – найпріоритетніше, «1» – найменш пріоритетне).

Ці дані підтверджують гіпотезу дослідження про те, що найпріоритетнішими для суспільства зараз є потреби, пов’язані із задоволенням безпеки. Разом з тим, існує розуміння важливості постматеріалістичних потреб.



Діаграма 12. Пріоритетність і важливість потреб

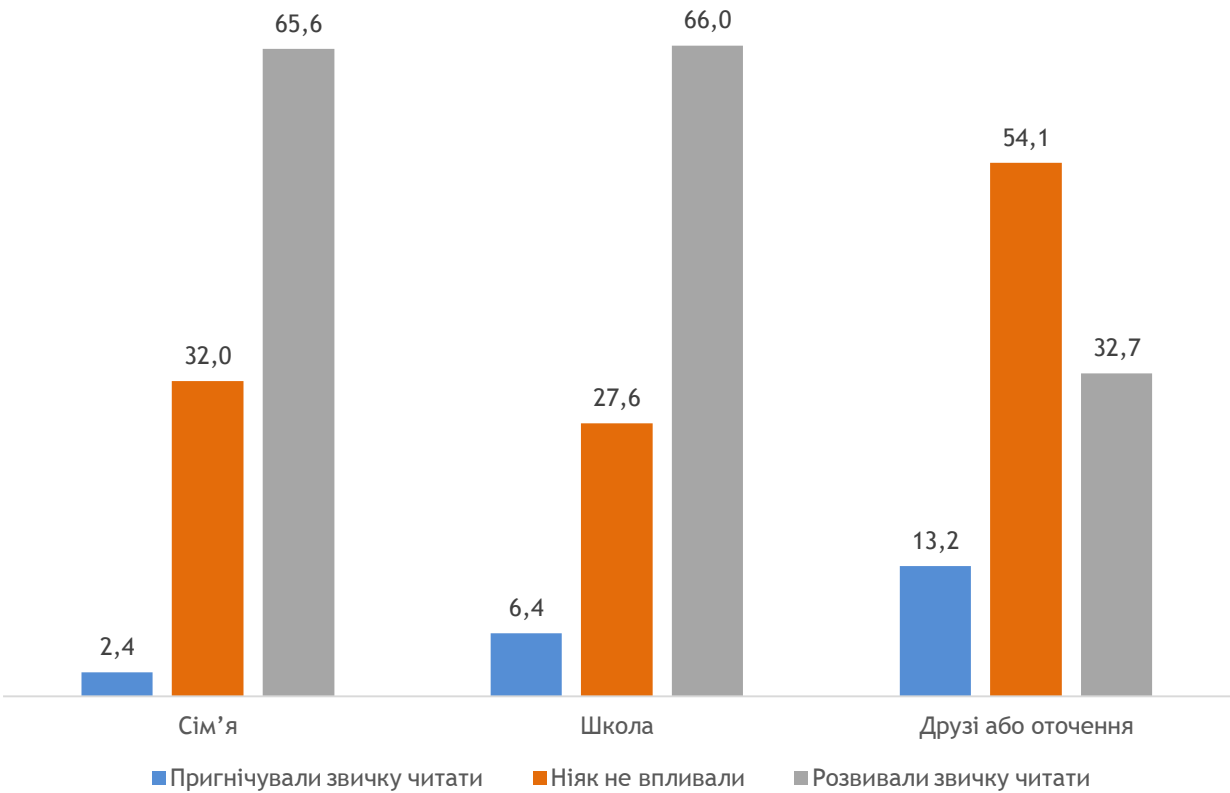


Діаграма 13. Оцінка впливу чинників на розвиток навички читати у дітей



Вплив на читання кожного із досліджуваних чинників респонденти, переважно, оцінювали як позитивний. За оцінками респондентів, найпозитивніше на розвиток читання дітей впливають сім'я та школа. Однак, в оцінці впливу інших факторів думки респондентів суттєво розділилися. Близько 25% та 30% відповідно, вважають, що друзі/оточення та медіа негативно впливають на формування читацьких звичок у дітей в сучасному українському суспільстві. Практично кожен четвертий вважає, що медіа, друзі та оточення, громадські ініціативи та спеціальні проекти ніяк не впливають на розвиток читацької звички у дітей.

2/3 респондентів декларують позитивний вплив сім'ї та школи на їхню звичку читати — зазначають, що ці фактори розвивали звичку. Третина опитаних вважає, що друзі/оточення ніяк не впливали на розвиток їхньої звички читати.

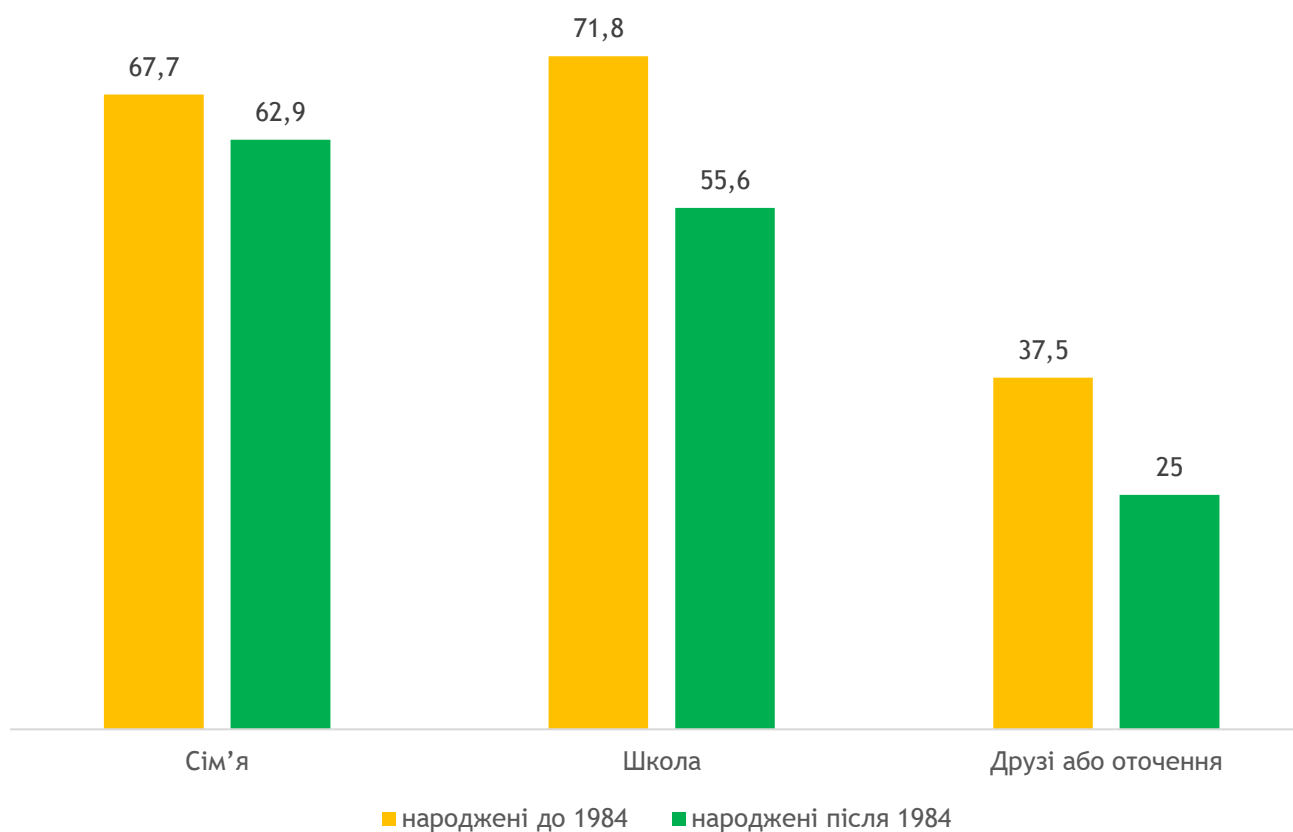


Діаграма 14. Оцінка впливу факторів на читацьку навичку

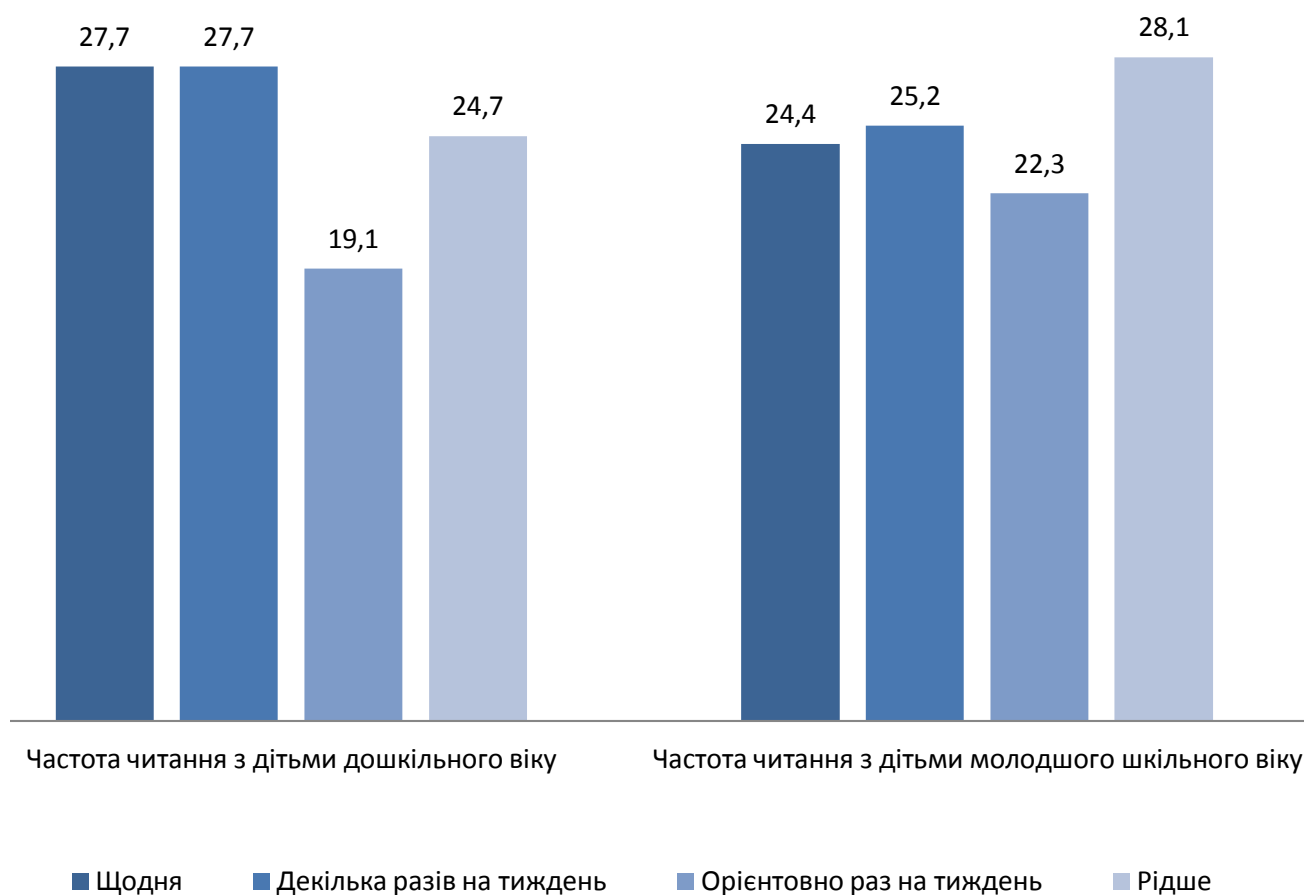
Існує статистично значуща відмінність в оцінці впливу школи та друзів/оточення на розвиток читацької навички між респондентами, що народилися до 1984 року, і тими, хто народився після 1984 року. Частка тих, хто зазначає, що школа і друзі/оточення розвивали звичку читати, є більшою серед народжених до 1984 року, ніж серед народжених після 1984 року

Приблизно половина українців, в яких є діти та/або внуки, читають їм щодня або декілька разів на тиждень. Однак, близько чверті українців, в яких є діти та/або внуки, читають їм рідше, ніж раз на тиждень. Дещо частіше читають дітям дошкільного, аніж молодшого шкільного віку.

При уточненнях респонденти скаржилися, що дітей важко змусити читати, коли альтернативою є комп'ютер і телевізор, важко втримати увагу, навіть читаючи дитині. Опитані називали різні способи, які допомагали дітям уважніше ставитися до читання: увага та інтонація батьків, яскраве оформлення книги, читання після активних ігор, читання історій, перед тим показаних в мультфільмах чи фільмах, захопливий сюжет, що описує невідоме. У частині відповідей розповідачів був висловлений жаль, що діти не цінують книгу так, як цінували батьки, не розуміють, наскільки читання важливе для розвитку, а також а також, що батьки безсилі у намаганні переконати дитину в корисності і цікавості читання.



Діаграма 15. Оцінка впливу чинників на розвиток читацької навички у розрізі «народжені до 1984 року» та «народжені після 1984 року»



Діаграма 16. Оцінка частоти читання дітям

### Яким є усереднений дорослий (16+) український читач

Незалежно від типу, хороших текстів для читання загалом вистачає. 23,2% опитаних зазначають, що їм «недостатньо або радше недостатньо» художньої літератури — це найвищий показник «нестачі» з-поміж усіх типів текстів.



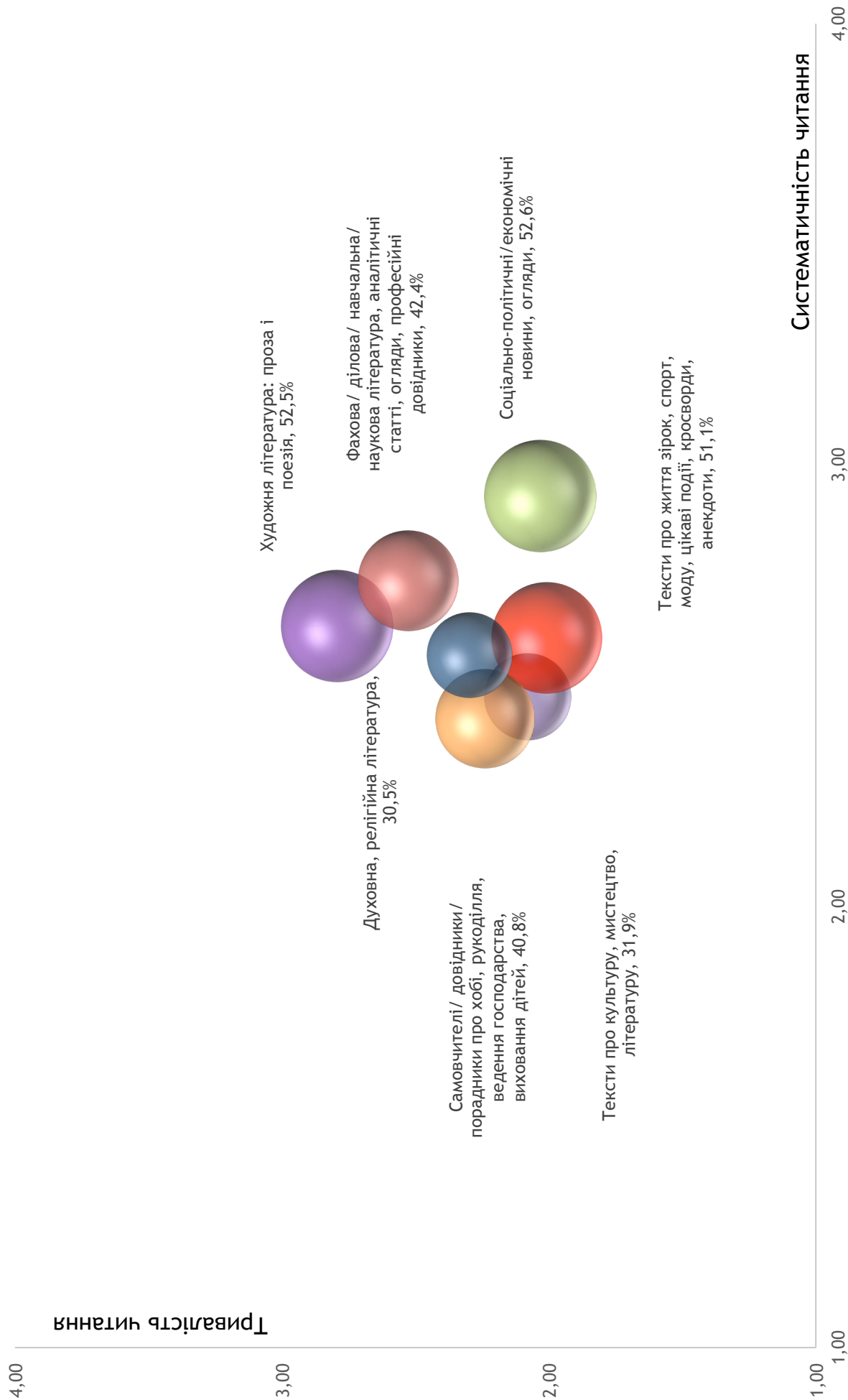
Діаграма 17. Оцінка читачами достатності хороших текстів («Чи достатньо вам зараз хороших текстів для читання?»)

Практика читання здійснюється в середньому декілька разів на тиждень. Серед читачів соціально-політичних/ економічних новин та духовної літератури є найбільша частка тих, хто читає її щодня.

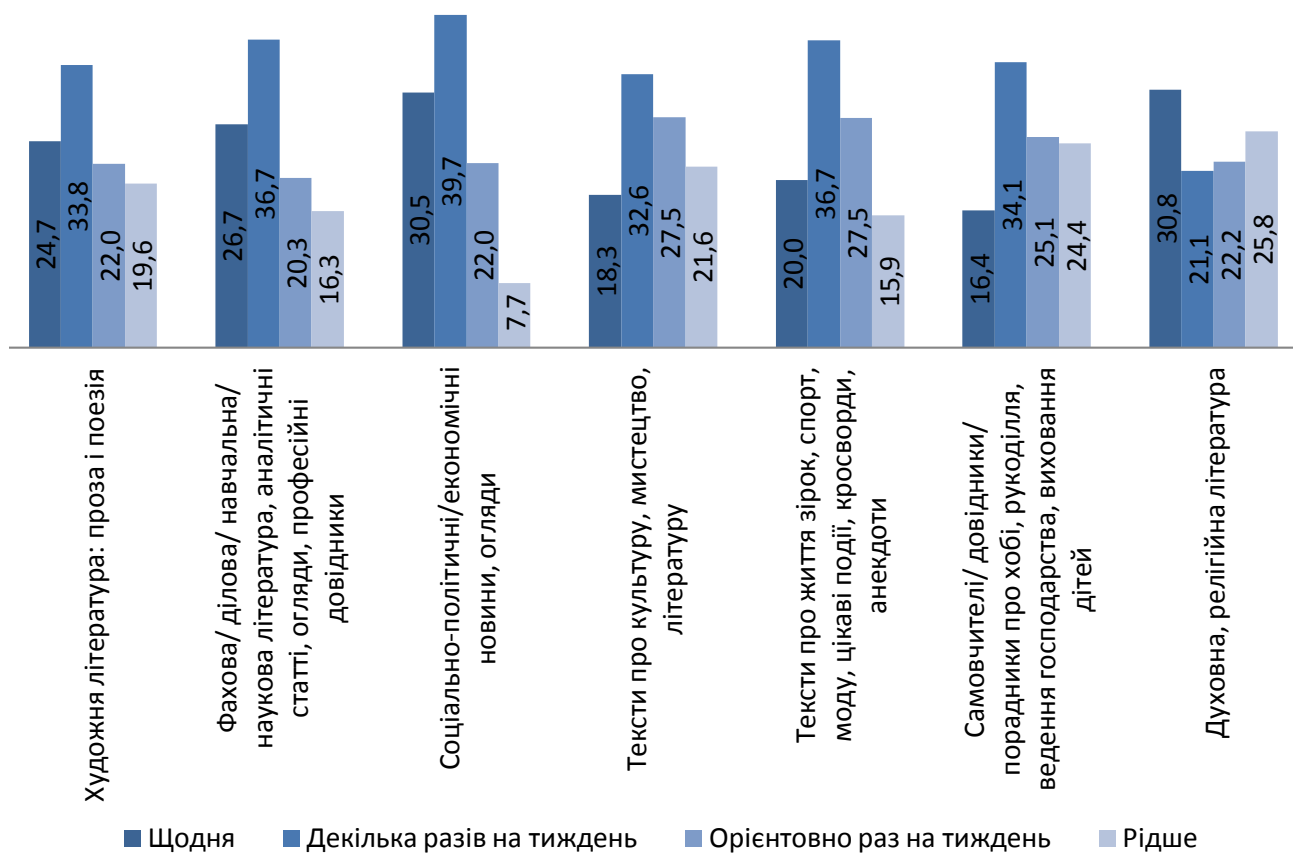
Якщо враховувати і нечитачів, то читають художню літературу декілька разів на тиждень або частіше 28,8% респондентів.

Зазвичай за читанням українці проводять від півгодини до години. Читанню художньої літератури читачі приділяють більше часу — зазвичай 1-2 години.

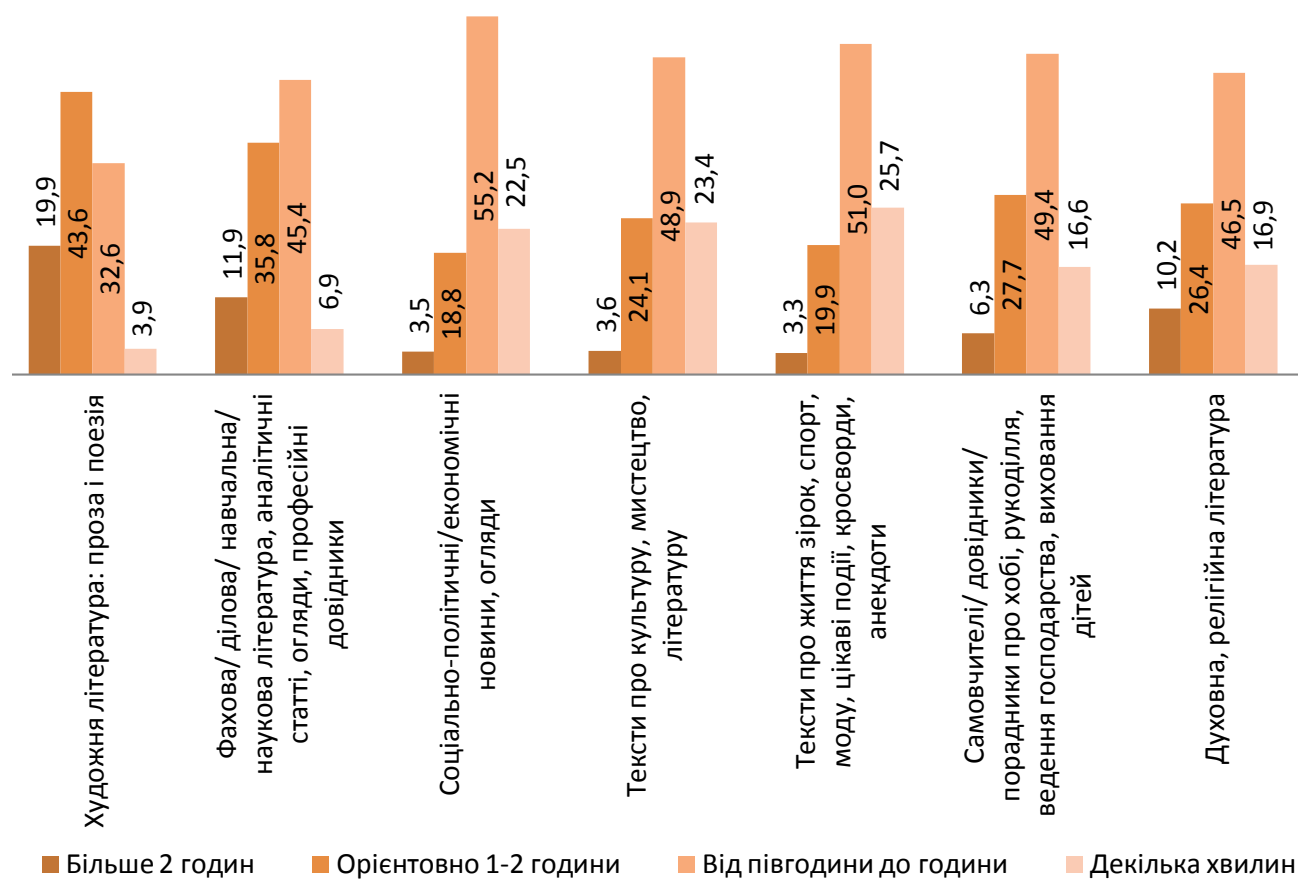
Середньостатистичний сеанс читання художньої літератури є найтривалішим, а читання соціально-політичних/економічних новин та оглядів — найсистематичнішим.



Діаграма 18. Тривалість та систематичність читання

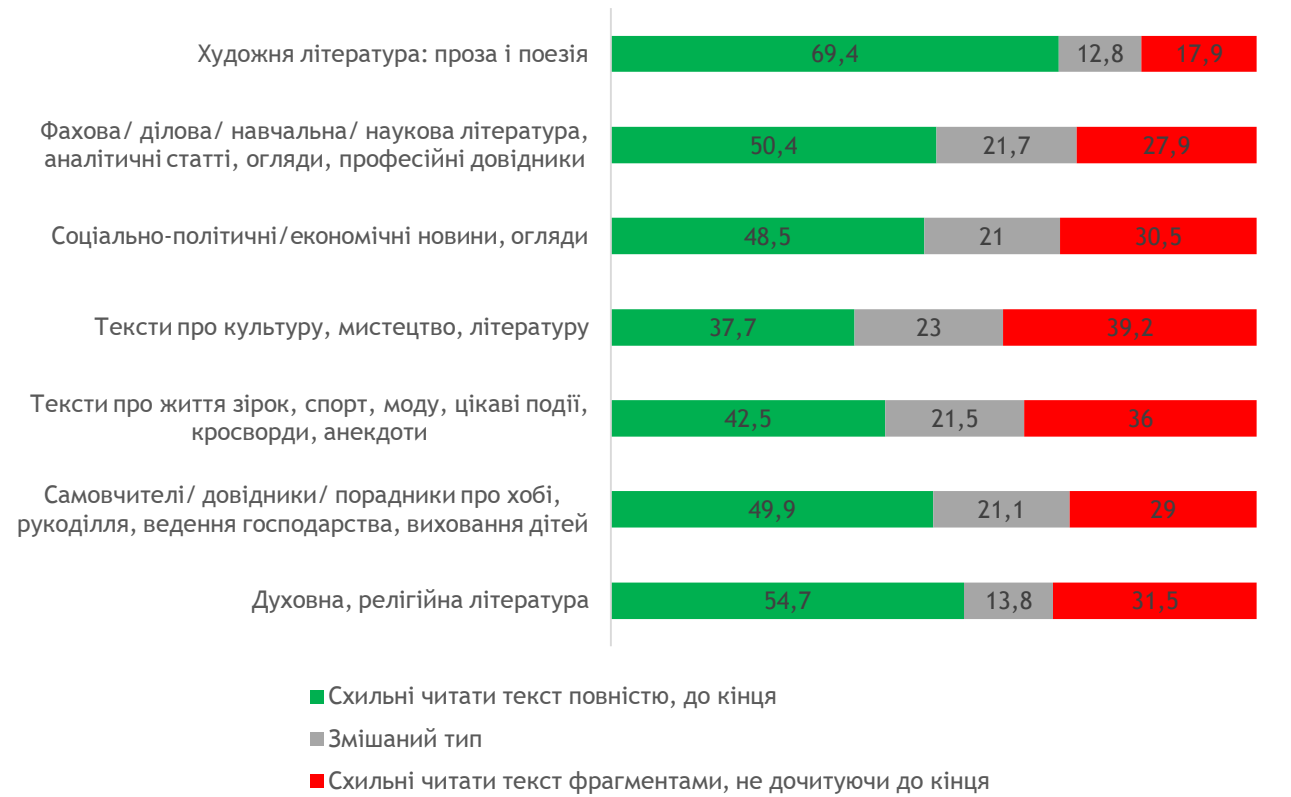


Діаграма 19. Систематичність читання (деталізація)

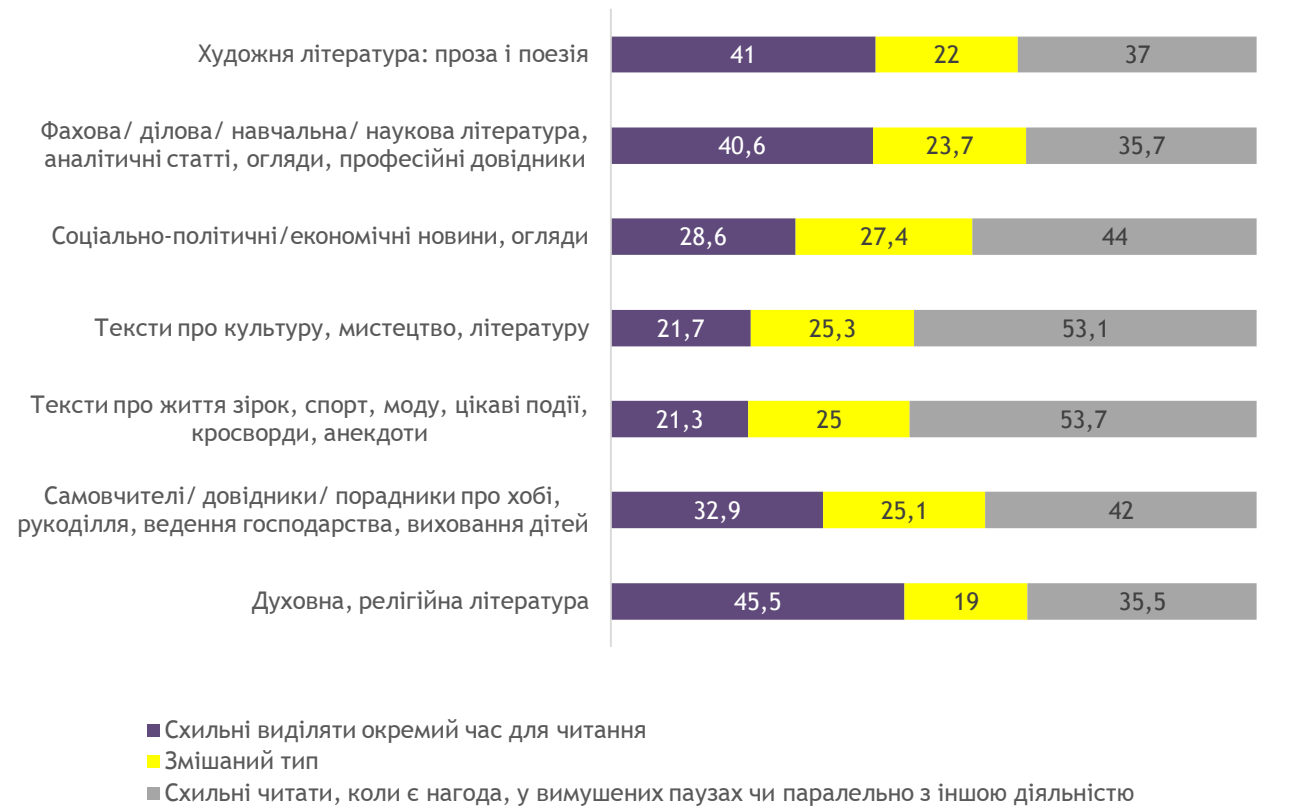


Діаграма 20. Тривалість читання (деталізація)

Якщо говорити про те, в який спосіб відбувається читання, то більші частки читачів схильні повністю читати художню та духовну літературу. Для інших типів літератури близько половини читачів демонструють практику фрагментарного читання повністю або ж частково. Для кожного типу тексту більша частка читачів читає переважно у вимушених паузах, паралельно з іншою діяльністю.



Діаграма 21. Розподіл респондентів за показником фрагментарності читання



Діаграма 22. Розподіл респондентів за показником виділення часу на читання



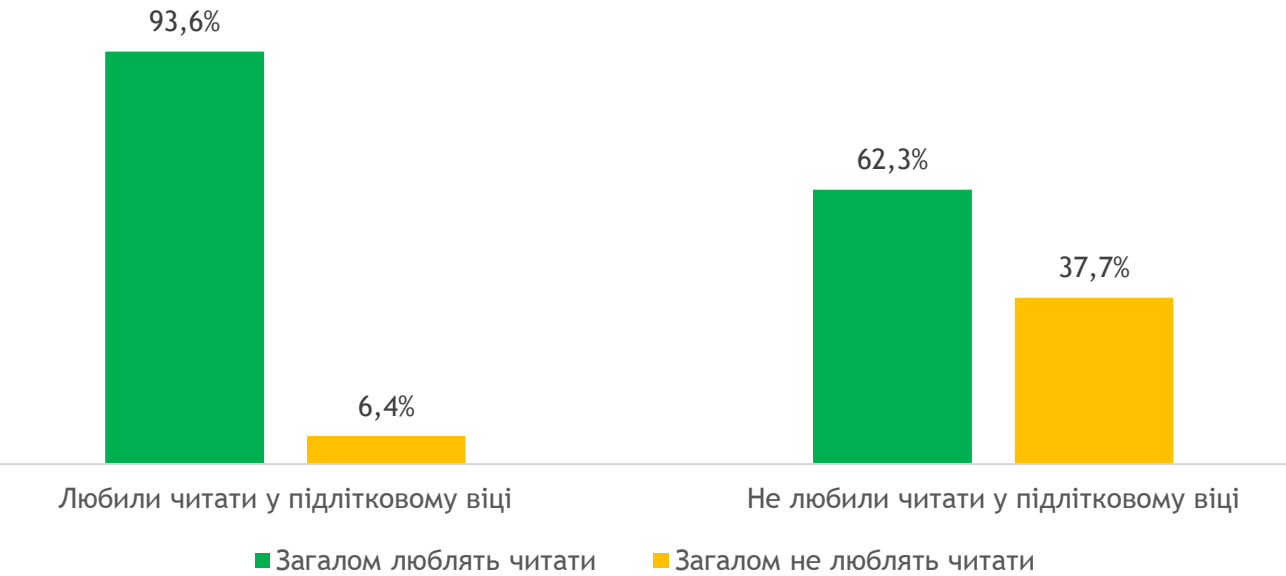
Важливим показником читацької практики є рівень «взаємодії» читача з текстом. Він характеризується, насамперед, концентрацією на читанні, рефлексією прочитаного (наприклад, самостійне обдумування чи обговорення з іншими), отриманням задоволення від читання тощо.

Майже 80% опитаних стверджують, що читання приносить їм задоволення. Також більшість погоджується із тим, що після процесу читання вони часто обдумують зміст прочитаного. Бажання обговорити прочитане із друзями та колегами виникає у половини читачів, менше половини читачів схильні перечитувати тексти, які їм сподобалися, а у процесі читання втрачати відчуття часу. Третина читачів схильна відволікатися і думати про щось інше під час читання.



Діаграма 23. Оцінка погодження респондентів із показниками «взаємодії» читача з текстом

Серед тих, хто любив читати у підлітковому віці, є суттєво більша частка тих, хто любить читати і зараз. Разом з тим, 62,3% тих, хто не любив читати у підлітковому віці, зазначають, що люблять читати зараз.



Діаграма 24. Оцінка респондентами любові до читання зараз та у підлітковому віці



Мапа читачських вподобань, побудована на основі відповідей на запитання «Згадайте останню книжку обсягом понад 100 сторінок, яку ви прочитали повністю за останні 12 місяців», якщо був вказаний автор (n=816)

Розмір шрифту відображає кількість читачів, які вказали, що прочитали книгу певного автора. Найменший розмір шрифту відображає від 1 читача, що назвав книгу певного авторства, найбільший розмір шрифту - 26 читачів (Булгаков). Однак, найчастіша відповідь – Біблія (40 читачів).

## Групи читачів

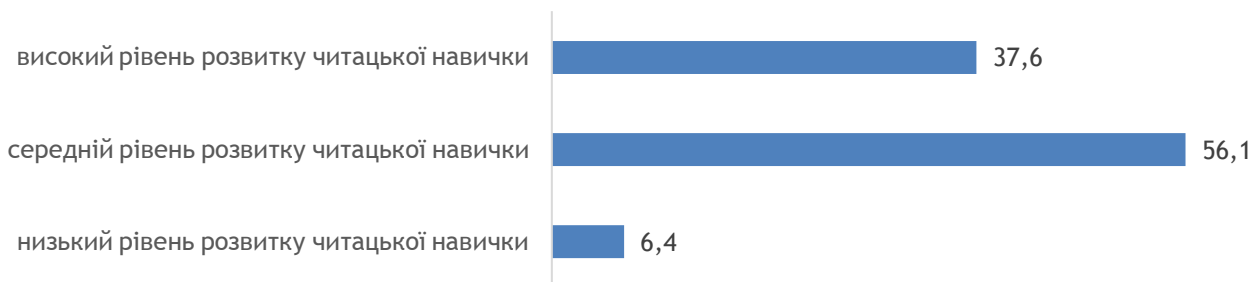
Виділення груп відбувалося у два способи:

1. Розраховувався сукупний показник рівня розвитку читацької навички.

Цей показник розраховувався як середнє значення оцінок респондентів за параметрами способу читання та рівня «взаємодії» з текстом, які були проаналізовані окремо вище:

- спроможність отримувати задоволення від читання
- спроможність читати великі тексти від початку до кінця
- спроможність концентруватися на читанні
- прецедент бажання обговорювати прочитане
- прецедент думання про прочитане після закінчення безпосереднього контакту з текстом
- прецедент бажання повернутися до прочитаного тексту
- виділення окремого часу на читання

Високий рівень розвитку читацької навички, тобто переважне погодження респондентів із більшістю тверджень, демонструють 37,6% читачів текстів. Однак, більшість читачів має середній рівень розвитку читацької навички, тобто в рівній мірі погоджується та не погоджується з твердженнями або погоджується лише з половиною тверджень. 6,4% читачів демонструють низький рівень розвитку читацької навички, тобто радше не погоджується з більшістю тверджень.



Діаграма 25. Частки груп читачів за рівнем розвитку читацької навички

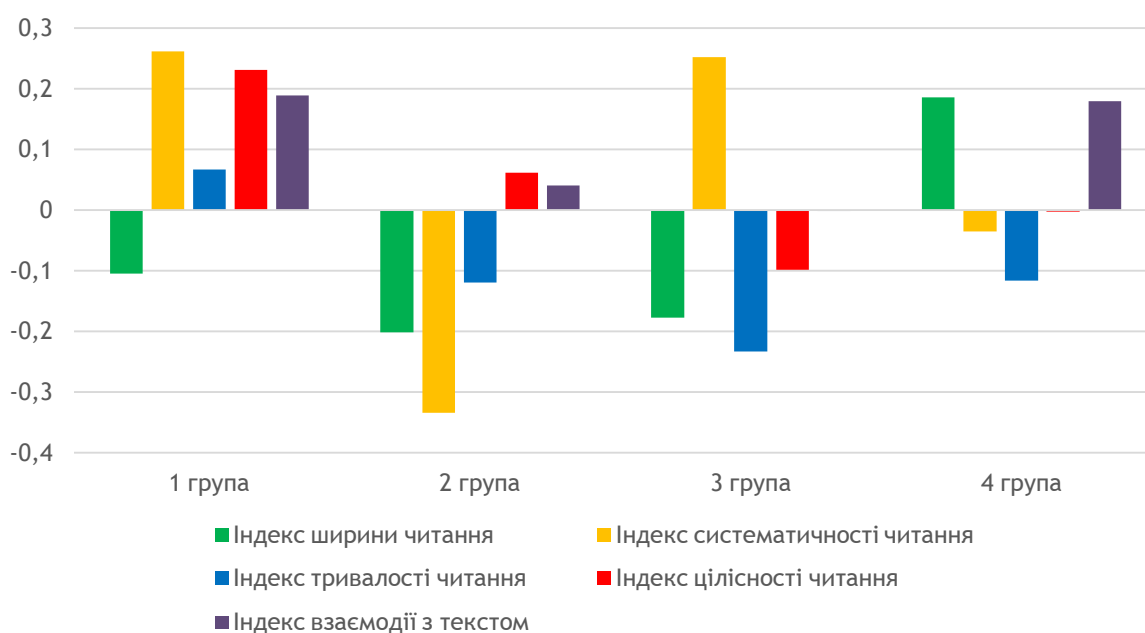
2. З метою виділення груп читачів з відмінними звичками та способами читання був здійснений кластерний аналіз. Для проведення кластерного аналізу були розраховані індекси, що відображають рівень розвиненості таких характеристик читацької навички:

- Ширина читання (якщо респондент зазначив, що читає всі типи текстів, наведені в запитальнику, індекс приймає значення 1, якщо лише один тип текстів — значення 0)
- Систематичність читання (якщо респондент читає усі вказані ним тексти щодня, індекс приймає значення 1, якщо рідше, ніж раз на тиждень — значення 0)
- Тривалість читання (якщо респондент читає усі вказані ним тексти довше, ніж дві години кожного разу, індекс приймає значення 1, якщо декілька хвилин — значення 0)
- Цілісність читання (якщо респондент всі вказані ним тексти читає повністю і спеціально виділяє для читання час, індекс приймає значення 1, значення 0 означає, що всі вказані респондентом тексти він читає фрагментарно і коли є нагода)
- «Взаємодія» з текстом (індекс приймає значення 1, якщо респондент максимально погодився зі всіма твердженнями, що розкривають інтенсивну «взаємодію» з текстом. Якщо респондент зовсім не погоджується з цими твердженнями, індекс приймає значення 0).

За допомогою кластерного аналізу було виділено чотири групи читачів<sup>8</sup>.

<sup>8</sup> Кластерний аналіз – це метод аналітичної статистики, який дозволяє виділити різномірні групи відповідно до обраних критеріїв класифікації. Критерії класифікації формують осі n-вимірного простору, в якому позиціонуються всі об'єкти дослідження, і ті, які знаходяться в такому просторі близько один відносно одного, об'єднуються в групи. Для виділення кластерів був застосований метод ієрархічного кластерного аналізу, а саме метод Варда (N=1494, похибка 2,5%). Аналіз ряду агломерації не дозволив здійснити однозначний висновок про кількість кластерів, дані вказували можливу наявність від трьох до п'яти кластерів. Найпридатнішим для інтерпретації було 4-кластерне рішення, воно давало також достатній рівень однорідності кластерів. Для перевірки валідності кластерного рішення була реалізована процедура кластерного аналізу методом k-середніх, за результатами якої були отримані кластери такої ж змістовної інтерпретації та конфігурації пропорцій один відносно одного.





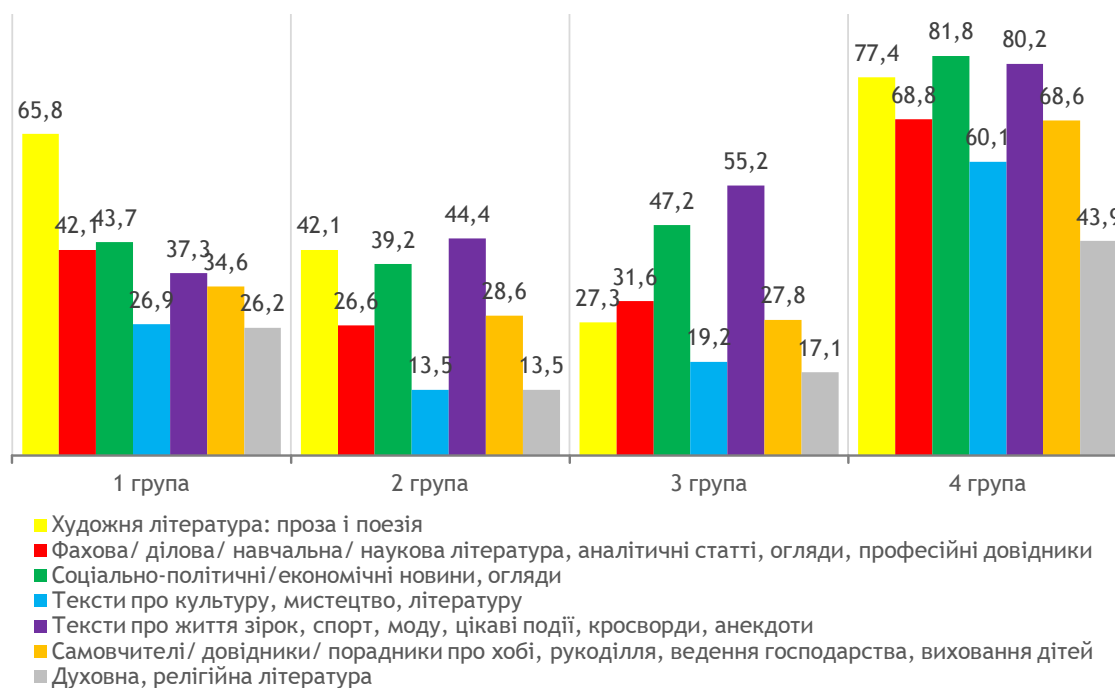
Діаграма 26. Профілі груп читачів за відмінностями у читацькій поведінці

Група 1 (29,4%). Представники першої групи мають найрозвиненішу читацьку навичку: вони читають цілеспрямовано, довго, вдумливо і систематично, однак, тяжіють до читання вузького переліку типів текстів.

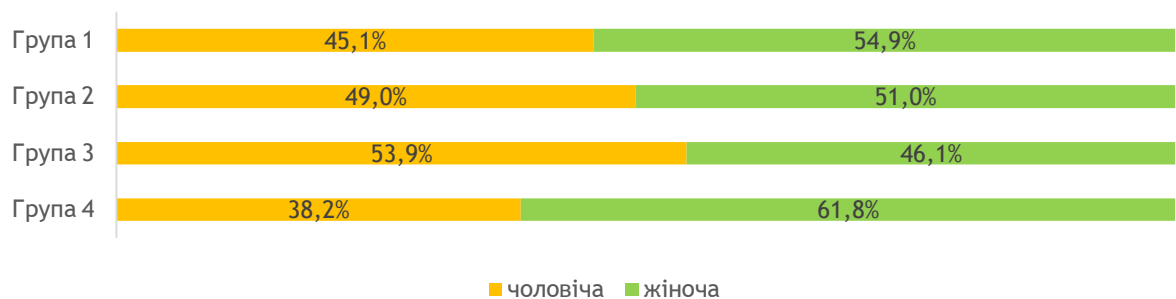
Група 2 (17,4%). Представники другої групи читають рідко, лише окремі види текстів і нетривало, однак, у цій групі вищі за середні показники вдумливого та нефрагментарного читання.

Група 3 (13%). Представники третьої групи читають малу кількість типів текстів, найфрагментарніше, найменш тривало і найменш вдумливо, але систематично. Лише 27,3% представників цієї групи читають художню літературу.

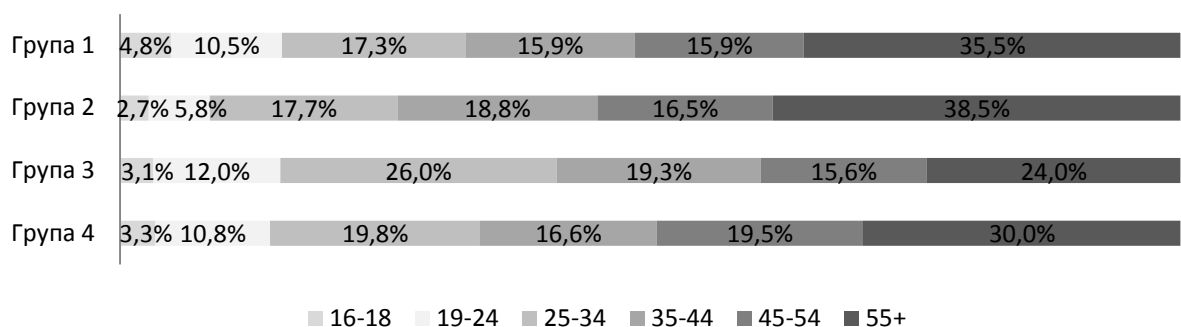
Група 4 (40,2%). Четверта група відрізняється, насамперед, читанням текстів різних типів. Представники цієї групи читають вдумливо, хоча несистематично і нетривало, поєднують практики як фрагментарного, так і цілісного читання.



Діаграма 27. Читацькі вподобання у розрізі груп читачів



Діаграма 28. Розподіл груп читачів за статями



Діаграма 29. Віковий розподіл груп читачів



Діаграма 30. Розподіл груп читачів за освітнім рівнем

## ПРИКІНЦЕВІ ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ

На початку роботи над дослідженням під час бесід з експертами очевидною стала відсутність в експертному середовищі єдності у розумінні ситуації та узагальненого окреслення проблем. Відповідно, пошук рішень та координація зусиль з промоції читання можуть бути несинхронізованими, а, отже, недостатньо ефективними та не синергують. Результати дослідження можуть слугувати контентною базою для конструктивної стратегічної дискусії усіх стейкхолдерів: шкіл, громадських ініціатив, видавництв, бізнесу, влади, церкви, медіа тощо. Враховуючи загальний соціально-економічний стан суспільства (пріоритет матеріальних потреб над постматеріальними, високий рівень потреби в безпеці) та період трансформації, для відновлення позитивних тенденцій у читанні може бути недостатньо окремих ініціатив та зусиль. Зменшення ваги чинника «читання книг» для підняття рівня розвитку людського капіталу поряд із стагнацією у сфері освіти може вже зараз і в подальшому призводити до негативних тенденцій у суспільстві.

Рівень читання книжок, рівень розвитку читацької навички та ставлення до читання у майбутньому можна відстежувати регулярно для моніторингу ефективності скоординованих зусиль суспільства у заохоченні читання.

Для зміцнення позицій читання книжок потрібні зусилля, спрямовані не лише на масового споживача, а й на підсилення нечисельного і не завжди платоспроможного прошарку, який хоче і потребує читання складнішої та більш вимогливої літератури. На підставі результатів кластерного аналізу стає зрозуміло, що ми більше не можемо говорити про промоцію читання загалом, промоційні повідомлення повинні бути більш таргетованими і чіткими — яке саме читання ми хочемо розвивати.

1. Заохочення змістовних подій, цікавих оглядів літератури, обговорення соціальних, історичних, світоглядних паралелей, описаних в літературі із ситуацією читачів, створення яскравих та водночас змістовних аудіо «трейлерів» про книжку.
2. Видання книжок для вузького сегменту вимогливих читачів, випередження видавництвами запитів читачів замість відтворення лише масових запитів (допоміжним у цьому може стати розподіл читачів на групи за рівнем розвитку читацької навички, представлений у цьому дослідженні).
3. Окрім державної політики, родина, школа, медіа, церква та громадські ініціативи можуть впливати на покращення стану освіти та культури, відстоювати неприпустимість примусу та надмірного переконування у потрібності читання, натомість розвивати бажання читати у дітей, молоді та професійних груп; важливо уникати будь-яких спроб нав'язування, викликання відчуття вини чи примусу, штучності та зверхності стосовно будь-якого читача.
4. Промоція різних способів отримання якісних текстів (від обміну і ознайомлення до купівлі, а не навпаки).
5. Переосмислення ролі книгарні - від пункту купівлі книги до простору вибору книги (більша увага до продавців і консультантів як помічників у виборі книги), купівля книги має бути дуже приємним процесом, атмосфера книгарні має бути вільною і затишною, такою, де людині хочеться бути.
6. Вимога здійснювати промоцію кожної нової книги у поєднанні чи у контексті важливості читання взагалі (таким чином можна зменшувати промоційні витрати на соціально важливу рекламу і збільшувати інформаційне тло теми читання).
7. Одним із напрямів роботи може стати допомога батькам у мистецтві «продати» книжку дитині; наприклад, пояснити, що відчуває дитина, як вона сприймає інформацію у різному віці, скільки може тримати увагу; важливо врахувати, що батьки можуть не знати основ педагогіки та розгубитися у вирі інформації і «порад», які можна знайти нашвидкуруч.
8. Українська ситуація з читанням може бути не унікальною, а відтак варто постійно стежити за досвідом інших суспільств, обмінюватися успіхами та аналізувати складнощі на міжнародних галузевих обговореннях.