

DOI: 10.18523/2617-9067.2025.8.45-55

УДК 303.62:316.454-053.6:355.1(477-25)

Дар'я Чебаненко

<https://orcid.org/0009-0002-0730-8123>

МОТИВИ ЧИТАЦЬКИХ ПРАКТИК І ЧИТАЦЬКОГО ВИБОРУ МОЛОДІ КИЄВА ПІД ЧАС РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ

У статті розглянуто теоретико-методологічну рамку дослідження читацьких практик у соціології, виокремлено результати соціологічних досліджень мотивів читацького вибору та читацьких практик в українському контексті; встановлено тенденції читацького вибору під час війни. На емпіричному етапі дослідження за допомогою якісних соціологічних методів виявлено мотиви читацького вибору молоді Києва після повномасштабного вторгнення Росії в Україну, а також відповідно до зібраних даних розроблено класифікацію цих мотивів, що поєднала й доповнила напрацювання Боба Ашервуда, Джекі Тойн, Кетрін Рос та Сьюзен Фіск. Виявлено такі основні категорії мотивів читацького вибору: соціальна залученість, формування самості, відчуттєве переживання, самовдосконалення.

Ключові слова: мотиви читацького вибору, читацькі практики, молодь Києва, якісні соціологічні методи, повномасштабне вторгнення Росії в Україну.

Читання є однією з найпоширеніших дозвілених практик. Через це мотиви читацького вибору можуть залежати не лише від соціальних категорій всередині суспільства, але і — як елемент культурної практики — від країни та історичного контексту (Fernández-Blanco et al., 2017). В умовах повномасштабного вторгнення Росії в Україну та спричиненої ним екзистенційної загрози українцям та українській культурі читання може бути не лише різновидом відпочинку, естетичного задоволення, а й засобом пристосування до нової реальності, формування ідентичності через культурну належність.

Бажання читати залежить від культурного бекграунду, який зазнає змін, тож вибір українцями певної літератури може мати широку мотиваційну різноманітність. Згідно з дослідженнями, під час війни поряд із насиллям, боєм є чимало проявів пристосування до несприятливих обставин через пошук позитивних емоцій, способів «відволіктися» тощо, зокрема через читання (Welland, 2018). Отже, дослідження мотивів читацького вибору не лише дасть безпосередню інформацію

про них, а й продемонструє динаміку однієї з важливих культурних практик, притаманних людству — читання. Як наголошує генеральна директорка видавництва «Vivat» Юлія Орлова: «Не існує державності без культури, а культури — без книг» (Орлова, 2022). Читання, зокрема державною мовою, є одним з аспектів розвитку української держави. У 2023 р. було схвалено Стратегію розвитку читання до 2032 року «Читання як життя стратегія» (Кабінет Міністрів України, 2023). Розуміння мотивів вибору книжок є важливим для збереження мови і культури, які намагається знищити ворог.

Мета цієї статті — з'ясувати мотиви читацького вибору молоді м. Києва після повномасштабного вторгнення Росії в Україну.

Мотиви читацького вибору в соціологічних дослідженнях

Вторинний аналіз досліджень мотивів читацького вибору в різних країнах і контекстах дав розуміння комплексності мотивів вибору

книжок різних жанрів, із можливістю порівняти їх з отриманими результатами вже в контексті мотивів молоді Києва на другий рік повномасштабного вторгнення.

Боб Ашервуд і Джеккі Тойн виявили загальні мотиви, що спонукають людей читати художню літературу. Однією з основних переваг читання є ескапізм — «втеча від реальності» (Usherwood & Toune, 2002). Цей чинник вказано також у дослідженні Віктора Нела, який виділив два типи читачів — ті, що хочуть посилити свідомість за допомогою читання, і ті, які хочуть її послабити (Nell, 1988). Проте ескапізм є комплексним поняттям, що означає тимчасову зміну парадигми, зокрема «втечу через естетичне задоволення» — ставлення до книжки як до виду мистецтва, яке може дати натхнення та візуально — сенсорний відпочинок (Usherwood & Toune, 2002).

Кетрін Рос виокремлює п'ять чинників, які впливають на вибір книжки: очікування від читання, джерела інформації під час вибору, елементи книжки, які варті уваги, характеристики самої книжки та витрати на отримання доступу до неї. Окрім самого рішення присвятити час читанню, важливо також, як книжка потрапляє в користування чи власність (послідовність дій) і чи є можливість вибору читати саме цю книжку саме в цей момент. Основним чинником, що сприяє успіху та зацікавленості в читанні, К. Рос вважає добровільне читання за власним вибором — можливість і здатність обирати книжку, яка справді подобається, та відкладати ті, які не подобаються (Ross, 2013).

Роберт Стеббінс розглядає дозвілля як соціальну практику, до якої входить і читання, і поділяє його на «серйозне» та «несерйозне». До «несерйозного» дозвілля належать заняття, які є самі по собі корисними, а також короткочасними та приємними, і майже не потребують спеціальної підготовки (Stebbins, 1997). «Серйозним» є дозвілля, в якому індивід зацікавлений настільки, що це може стати його джерелом доходу, тобто рівень знань щодо дозвілля має бути високим (Stebbins, 1982). Читання може бути як тимчасовим («несерйозним») дозвіллям, так і регулярним способом отримання інформації, коли вибір відбувається усвідомлено на базі попередніх

напрацювань. Імовірно, залежно від потреби ці підходи до читання поєднуються.

Соціальна психологиня Сьюзен Фіск пов'язує мотиви вибору з необхідністю співіснувати з іншими індивідами в межах соціальної групи. Вона виокремила п'ять основних соціальних мотивів (див. таблицю) (Fiske, 2004).

Оскільки читання посідає 11 місце за популярністю серед дозвіллевих практик українців (Info Sapiens, 2023), то можна припустити, що ці мотиви також впливають на читацький вибір. Використання цієї класифікації дало змогу наголосити на соціальному значенні читацьких практик, читацького вибору як наслідку соціальних процесів, а в деяких випадках, можливо, й каталізатора (Чебаненко & Прохорова, 2025).

Сучасні соціологічні дослідження читацьких практик і вибору українців

Розглянемо попередні дослідження читацьких практик в українському контексті. За результатами опитування дослідницької групи Gradus Research за жовтень 2021 р., серед українців, які зазначили, що читають — як активно, так і час від часу, було виділено три типи: фанлавери (42 %), гедоністи (31 %), вимушені читачі (27 %) (Gradus Research, 2021). Фанлавери ставляться до книжок як до розваги та поліпшення настрою і читають книжки відповідного характеру. Для гедоністів читання є важливою частиною життя та регулярно практикою. Вимушені читачі читають переважно наукову літературу, обізнаності з якою вимагає робота чи навчання.

Згідно з дослідженням агенції Info Sapiens читацьких практик як виду дозвілля українців за 2023 р., 21 % українців обирають лише друковані книжки, 33 % — комбінування друкованих та електронних і 12 % — лише електронні формати. Серед тих, хто читає не менше ніж раз на тиждень, найпопулярнішими жанрами були сучасні романи (16 %), фантастика / фентезі (14 %), книжки з психології / саморозвитку (10 %), історичні романи / література (8 %), а також «класика» та сучасні детективи (по 7 %). Отже, художня література є більш популярною, що свідчить про більш дозвіллевий характер

Таблиця. Основні соціальні мотиви поведінки індивіда за Сьюзен Фіск (Fiske, 2004)

Мотив	Опис
Належність	Потреба в надійних і стабільних стосунках
Розуміння	Потреба розуміти реальність і передбачати невизначене майбутнє
Контроль	Потреба відповідати вимогам соціуму своєю поведінкою та контролювати поведінку інших
Саморозвиток	Потреба сприймати себе цінним для соціуму та здатним удосконалюватися
Довіра	Потреба сприймати своє оточення доброзичливим

вибору. Також спостерігається перехід до видань українською мовою: порівняно з 2020 р. частка людей, яким зручніше читати саме українською, зросла на 22 % і на 2023 р. становила 54 % (Info Sapiens, 2023).

Читацькі практики і вибір під час війни

Оскільки це дослідження відбувалося під час повномасштабного вторгнення, було проаналізовано попередні студії, що брали до уваги читацькі практики та вибір під час воєн, щоб провести паралелі або, навпаки, знайти протиставлення в досвідах читачів/-ок, з урахуванням контексту матеріалів.

Одне з досліджень (Woods, 2018) було присвячено читацьким практикам у єврейському гетто в Лодзі за нацистської окупації під час Другої світової війни. Згідно з його висновками, читання сприймалося не лише як інтелектуальний ескапізм, втеча від реальності, а і як латентний опір нацистам, які для виправдання своїх злочинів дегуманізували мешканців гетто. Загалом виокремлено такі причини читання: психологічний ескапізм, інтелектуальний опір, прагнення знайти сенс життя з надією на позитивне майбутнє, а також об'єднання єврейства завдяки створенню читацьких спільнот (Woods, 2018).

У контексті сучасних досліджень читання та війни, в Україні зокрема, Олена Ісаєва (2023) аналізує використання читання як елемента посттравматичного зростання особистості — збільшення адаптивних якостей та саморозвитку після проживання травматичних подій. Зокрема, розглянуто позитивний вплив читання на подолання посттравматичного стресового розладу (ПТСР) на прикладі авторки книжки «Вибір. Прийняти можливе», фахівчині з лікування ПТСР, Едіт Єви Егер. Зроблено висновок, що читання різноманітної літератури позитивно впливає на здатність переживати травматичні та стресові ситуації, оскільки в людини зміщується фокус зі своїх проблем на проблеми героїв книжок і знімається напруга, пов'язана зі стресом (Ісаєва, 2023).

На сьогодні література, пов'язана з темою війни, нерідко є джерелом формування дискурсу щодо уявлення цивільного населення про війну. На цьому наголошує Олена Захарчук в аналітичній праці «Від травми до сповіді: культурологічні проєкції українського наративу війни». Зокрема, авторка виділяє роль літератури в «деромантизації» образу війни та її учасників, у формуванні «нових сенсотворних моделей» як рефлексію постколоніальних воєнних наративів за доби Радянського Союзу на території України (Захарчук, 2014).

Отже, дослідження читацьких практик та вибору під час інших воєн зафіксували такі тенденції: читацькі мотиви базувалися переважно на доступності, дозволеності певної літератури, проте також виділено опір зовнішнім обставинам і збільшення адаптивних якостей.

Методологія дослідження

Для проведення емпіричного етапу дослідження, базуючись на інтерпретативному підході, було обрано метод фокус-груп, адже він уможливив зібрання широкого спектра думок щодо досліджуваного феномену і створив групу динаміку, що нагадує формат читацьких клубів, який, відповідно до припущення, є звичним для активних читачів/-ок. Критерії відбору респондентів/-ок для фокус-груп — молодь Києва, що визначає себе активними читачами, нині проживає в Києві та/або має з ним міцні зв'язки (навчання / робота).

Оскільки, згідно з дослідженням Info Sapiens щодо читацьких практик українців за 2023 р., 19 % українців місцем купівлі книжок вказали м. Київ і більше ніж половина киян зазначали, що мають достатньо книгарень у місті, зроблено припущення, що читачі-кияни мають більше можливостей різноманітного вибору, отже, більший досвід читацького вибору, що є суттєвим для цього дослідження. Фокус дослідження саме на киянах був обґрунтований також зручністю, оскільки частина рекрутингу відбувалася серед відвідувачів книгарні «Сенс» на Хрещатику.

Вибірка була звужена саме до молоді, яка є другою категорією за кількістю купівлі друкованих книжок (Info Sapiens, 2023). За даними Інституту молоді та Головного управління статистики Києва за 2022 р. — найближчі в часі дані, які вдалося знайти, — частка молоді в м. Києві становить близько 24 %, тобто майже чверть населення, і вибір цієї категорії задовольнить інтереси дослідження (Головне управління статистики Києва, 2022; Інститут молоді, 2022).

Відбір здійснювався методом самовизначення респондентів/-ок як активних читачів, оскільки інакше можна було не врахувати тих, хто зменшив обсяги читання через зовнішні обставини, зокрема навчання. Саме активні читачі мають ширший досвід читацького вибору, а отже, становлять дослідницький інтерес. Такий підхід використано в дослідженнях К. Рос, Б. Ашервуда та Дж. Тойн (Ross, 2013; Usherwood & Toyne, 2002). Вік респондентів/-ок — від 17 до 30 років.

Фокус-групи формували методом максимальної варіації, респонденти/-ки мали найбільш віддалені одне від одного характеристики. Параметрами варіації є вік, стать, переважний жанр книжок для читання, переважна зайнятість, оскільки саме ці характеристики визначено як впливові в дослідженнях моделей сприйняття інформації (Williamson, 2005, цит. за: Ooi & Li Liew, 2011). Польовий етап тривав з 30 березня по 13 квітня 2024 р. Рекрутування респондентів/-ок відбувалося через поширення опитування у форматі Google-forms серед книжкових онлайн-спільнот, із частковим застосуванням методу «снігової кулі». Форму заповнили 87 осіб, із них 21 особа взяла участь у чотирьох фокус-групових зустрічах, які було проведено в онлайн-форматі за допомогою програми Zoom. Онлайн-формат було обрано, оскільки зібрати фокус-групи наживо виявилось складно через несумісність графіків респондентів/-ок, а дехто на момент інтерв'ю перебував в інших містах України або за кордоном. Було використано підготовлений гайд, проте питання були напівструктурованими та давали змогу висловлювати думки, не охоплені гайдом. Фокус-групи записували на відео з дотриманням дослідницької етики, перед розмовою було проговорено права та можливості респондентів, формат розмови, отримано згоду на запис інтерв'ю та ознайомлено з подальшими діями щодо його використання. Відео було перетворено на транскрипти та проаналізовано в програмному забезпеченні MAXQDA шляхом виділення кодів, які об'єднували теми, що траплялися найчастіше. Ці коди категоризовано індуктивно та проінтерпретовано відповідно до теоретичних напрацювань, викладених вище. У процесі аналізу виділено основні мотиви читацького вибору з подальшою їх категоризацією за низкою критеріїв. Після завершення дослідження всім респондентам/-кам було надіслано звіт, усі підтвердили його отримання, заперечень щодо змісту не надходило.

Мотиви вибору книжок молоддю Києва під час повномасштабної війни Росії проти України

У результаті аналізу виділено велику кількість мотивів, тож ухвалено рішення об'єднувати їх за категоріями характеристик змісту книжок: за жанрами, за країною походження, за джерелом отримання / купівлі, за мовою, за репутацією суб'єктів видання (автори/-ки, видавництва, книгарні) та за порадами інших.

Першу частину аналізу побудовано за принципом виокремлення мотивів обрання респондентами/-ками конкретних жанрів. Виділено дві найбільші категорії — **художня література та нехудожня** (фікшн і нефікшн), адже на відмінностях мотивів вибору між ними найбільше наголошували респонденти/-ки:

«...розвиваєшся..., якщо читаєш нефікшн літературу, або отримуєш задоволення, якщо читаєш художню літературу» (ФГ1P3).

Варто зазначити, що респонденти/-ки вказували на те, що час від часу чергують ці категорії мотивів для обрання читання за потреби, отже, вони не є взаємовиключними. Боб Ашервуд і Джекі Тойн пояснюють це так: «...[Ч]итацька ідентичність не є фіксованою, а змінюється відповідно до часу та особистісного розвитку» (Usherwood & Toyne, 2002, p. 34).

Щодо **мотивів вибору художньої літератури** респонденти/-ки наголошували на дозвіллевих та рекреаційних мотивах — отримати задоволення від читання, що відповідає «несерйозному» дозвіллю (Stebbins, 1997). Дехто як мотив вибору читання художньої літератури зазначав поєднання відпочинку з пізнанням, нерідко протиставляючи це перегляду фільмів та відео зі *«швидким дофаміном»* (ФГ1P3). Це можна зіставити з висновком, який робить В. Нел, що частина людей обирає художню літературу як засіб «посилення свідомості» (Nell, 1988), а також із мотивами розуміння та саморозвитку, які виокремила С. Фіск (Fiske, 2004).

Також виділяли мотив спостереження за історією іншої людини як референс до вирішення своїх проблем (ФГ4P5). На думку Б. Ашервуда і Дж. Тойн, ескапізм і «відокремлення від реальності» читачів/-ок фікшн-літератури не завжди є відмовою від вирішення проблем (Usherwood & Toyne, 2002).

Деякі респонденти/-ки зазначали про поєднання у своєму виборі кількох жанрів: детективів, фентезі, фантастики, а дехто — про вибір лише конкретного жанру, іноді роблячи виняток для інших жанрів. Ті, хто обирає фентезі чи фантастику, нерідко їх перечитують, зокрема через деталізовані «всесвіти», щоби *«побувати в інших світах»* (ФГ2P4), дізнатися, *«що гіпотетично могло бути»* (ФГ4P5). Подібні книжки мають багато персонажів, з якими можна себе асоціювати, як і гарно прописані «світи», що зазвичай є логічними. Тож такі думки можна пов'язати з мотивом належності (Fiske, 2004) до певної спільноти, що є упорядкованою та має свої закони:

«Не важливо, наскільки вони фантастичні, якщо вони в контексті книги обумовлені, чому б і ні» (ФГ4Р5).

Дехто з респондентів/-ок заперечували бажання ескапізму й обирали твори, що допомагали «розширити свою свідомість» щодо реальності (Nell, 1988), і читання сприймали не як «втечу», а як *«подорож, з якої повертаються»* (ФГ2Р41). Наприклад, учасники/-ці фокус-груп зазначали, що почали обирати жанр антиутопії після повномасштабного російського вторгнення, щоб відрефлексувати травматичні події, що не вписуються в межі нормальності (ФГ1Р3). Це може бути частиною бажання «деромантизувати» війну через прочитання складних творів, які, попри метафоричність, є близькими до реальності (Захарчук, 2014), збільшити свою обізнаність про процеси, що відбуваються в країні, бути агентними громадянами/-ками. Отже, читання таких книжок може сприяти посттравматичному зростанню особистості (Ісаєва, 2023).

Кілька респонденток обирали романтичну літературу, тому що вона легко сприймається і не потребує додаткових знань, що відповідає концепції «несерйозного» дозвілля Р. Стеббінса (Stebbins, 1997). Проте частина респондентів/-ок зазначали, що романтичну літературу не обирають зовсім, оскільки, на їхню думку, такі книжки нерідко написані за одним кліше та мають передбачуваний сюжет (ФГ2Р5). Тобто наявний мотив урізноманітнити свій читацький досвід, здобути нові знання, переважно у зручному сконцентрованому вигляді, та не витратити час на читання малоінформативної літератури.

Друга велика підкатегорія книжок, які обирали респонденти/-ки, — це **нехудожня література**, або **нонфікшн**.

Респонденти/-ки зазначали мотивом вибору саме необхідність ознайомитися з нонфікшн, переважно науковою літературою, для роботи або навчання, тобто для збереження соціального статусу, що можна вважати мотивом контролю (Fiske, 2004). Також зазначали, що нонфікшн обирають через цікаво подану інформацію, викладену в компактному форматі, *«коли це не пов'язано з навчанням напряму»* (ФГ3Р2). Було озвучено відчуття більшої впевненості в собі від того, що читання нонфікшну ознайомлює з підтвердженою інформацією (ФГ1Р3) та сприймається як здатність до розвитку (Fiske, 2004).

Як і в блоці художньої літератури, щодо нонфікшну респонденти/-ки зазначали про мотиви здобути нові знання щодо своєї реальності, бажання обирати літературу, що стосується тем війни

і геополітичних подій — теперішніх та в історичній перспективі, специфіки формування наративів тощо. Молоді кияни/-ки виділяли актуальність вибору книжок з психології та саморозвитку після повномасштабного російського вторгнення як мотив підтримки свого емоційного стану в часи нестабільності. Тож можна простежити бажання мати підтвержені знання стосовно сучасної реальності, не бути пасивним «пішаком» в інформаційній війні, спрямованій на дестабілізацію та деморалізацію українського населення.

Незалежні від жанру критерії читацького вибору. Вибір літератури, зокрема іноземної, переважно не був пов'язаний з конкретним жанром (ФГ4Р2). Серед незалежних від жанру критеріїв була **країна походження книжки**. В обранні іноземної літератури виділено мотиви зміни перспективи, бажання ознайомитися з новими темами, не притаманними українській літературі (ФГ1Р1). Тож мотивом можна визначити психологічний ескапізм, який також виділяють дослідники читацьких практик мешканців гетто часів Другої світової війни (Woods, 2018). Також мотивом вибору книжок іноземних авторів/-ок було бажання осмислити сучасні події через призму інших культур, а також передбачити своє майбутнє, якщо країни авторів/-ок у своїй історії переживали війни, екзистенційні загрози тощо, що можна пов'язати з мотивами розуміння та контролю за С. Фіск (Fiske, 2004).

Мотивом читацького вибору також було бажання здобути більш універсальні знання, які допоможуть у побудові соціальних зв'язків та відповідати «загальносвітової нормі» обізнаності:

«...напевно, для мене це той тип літератури, коли я можу підтримати будь-яку розмову про що-небудь» (ФГ4Р1).

Окремо було виділено групу мотивів вибору **літератури українських авторів/-ок**. Частина респондентів/-ок зазначали, що стали нею цікавитися саме після повномасштабного російського вторгнення, і одним із мотивів було дізнатися більше про свою культуру, яка до моменту екзистенційної загрози була для них фактично невідома, посилення культурної ідентичності, відокремлення від російського контенту. Також українську літературу обирають, бо вона найбільше зараз відгукується, як сучасна, так і класична, і проблеми, з якими стикалися герої книжок, повторюються в житті респондентів/-ок досі. Такі ідеї перегукуються з мотивом належності та розуміння — бажання культурної

ідентифікації, задля колективного і власного виживання, а також поліпшення розуміння (Fiske, 2004):

«...там, виходить, 2141 рік — і там продовжується війна між українцями і росіянами! І ти такий: “Я розумію, що відбувається!”» (ФГ1Р1).

Мотивом вибору української літератури також стала її доступність і популярність — збільшення обсягів друку, поширення книжкових обговорень у медіа:

«...мені здається, що ось така медійність книг, яка зараз є, вона впливає на багатьох» (ФГ3Р1).

Це перегукується з тезою Шеррі Краглер: що ширші можливості вибору книжок у читачів, то більше в них мотивації до читання (Kragler, 2000).

Також, окрім прозових творів, для деякого актуальною є поезія (ФГ1Р1), оскільки вона є емоційним відгуком на події в стислій, більш насиченій формі:

«Обираю поезію, бо вона якось коротша і більш якось емоційно наснажена, ... можна просто читати, а щось і паралельно відчувати, і прожити щось, що на душі» (ФГ4Р3).

Переважно обирали поезію українських авторів/-ок, пов'язану з досвідом проживання війни, зокрема військовими (ФГ4Р4). Це дає змогу побачити війну «деромантизованою», уявити реалії буття військових тощо (Захарчук, 2014).

Мотиви читацького вибору за критерієм мови. Частина респондентів/-ок відмовились від читання російською мовою та активно читають українською. Мотивом вибору української мови зазначають психологічне відторгнення та асоціацію російської мови зі збройною агресією проти України. Тобто можна визначити мотив належності (Fiske, 2004) до тих, хто не несе екзистенційної загрози (ФГ2Р2). Це перегукується з результатами дослідження Info Sapiens щодо зменшення частки українців, які обирають російську як мову читання (Info Sapiens, 2023).

Також, як і з книжками іноземними мовами, вибір видань українською мовою був способом збагачення словникового запасу (ФГ1Р4), і вибір мови читання пов'язаний з вибором мови спілкування:

«Потім я почала читати наполовину російською, наполовину українською, ... і підтягнула саме запас української мови» (ФГ2Р2).

Отже, вибір книжок сприймається як частина самоідентифікації, як засіб опору російському культурному простору, до якого належать як мова, так і російська література.

Мотиви вибору книжок залежно від джерела. Суттєвим критерієм під час вибору є джерело, з якого читачі/-ки отримують книжки: на онлайн-платформі, у книгарні, у власній бібліотеці тощо. Вибір книжок у книгарнях респонденти/-ки визначають як вид задоволення та релаксації через певну особливість досвіду фізичної взаємодії з книжкою, а також комунікації з консультантами/-ками. Зазначали про більшу ймовірність придбання книжки у разі фізичної взаємодії:

«Ну і прощатися з грішми значно легше, коли ти вже стоїш у книгарні» (ФГ3Р4).

Друковані примірники обирають також через можливість взаємодіяти з книжкою, робити в ній примітки, зберегти в особистій бібліотеці. Це можна визначити мотивом належності через тактильність та усвідомлення власності (ФГ3Р1, ФГ2Р5), а також через бажання мати свою бібліотеку українських видань.

Мотивами вибору друкованих книжок в онлайн-книгарнях називали неможливість обрати в офлайн-книгарні через брак часу або через регулярні онлайн-знижки, можливість економії, хоч не надто це схвалюють, оскільки:

«...це не дуже ставлення до інших видавництв, які ставлять більшу ціну, що йде від автора» (ФГ4Р3).

Також респонденти/-ки брали книжки в публічних бібліотеках, попри зниження популярності бібліотек порівняно з 2018 р. загалом в Україні (Chytomo, 2024). Це можливість легально читати літературу — підтримувати українські видавництва, авторів і авторок або самі бібліотеки — не переплачуючи. Також важливою була можливість повернути книжку, якщо вона не виправдала сподівань, та уникнути нагромадження книжок у житлі, оскільки внаслідок війни може виникнути потреба швидко переїжджати (ФГ4Р1). Йшлося про бажання отримати специфічну літературу, якої немає в загальному доступі, зокрема для навчання. Подібні мотиви спонукали шукати книжки на барахолках, де взаємодія з продавцями

є частиною досвіду читацького вибору та певним ритуалом, що визначає цінність книжки, оскільки кожна з них вже має свою історію.

Ще одним джерелом вибору книжок є домашні бібліотеки, зокрема близьких людей. У цьому випадку вибір книжки був зумовлений давністю придбання або позики, респонденти/-ки зазначали, що їм *«стає соромно перед книгою»* (ФГ4Р2), і вони більш імовірно візьмуть книжку, куплену хронологічно давніше, аби *«було справедливо»* (ФГ4Р3), що можна пов'язати з мотивом контролю (Fiske, 2004).

Окремим мотивом вибору книжки за критерієм **місця купівлі** було бажання підтримати певну українську книгарню, видавництво чи бібліотеку: брати книжки щомісяця, якщо це бібліотека (ФГ4Р2), або купувати книжки видавництва у їхніх фірмових книгарнях, щоб вони отримували прибуток, особливо якщо вони працюють в умовах обстрілів (ФГ4Р4). Це свідчить про прагнення долучитися до розвитку українського книжкового ринку і відповідає мотиву належності згідно з мотиваційною теорією С. Фіск (Fiske, 2004).

До вибору онлайн у **вільному доступі** вдавалися через неможливість купити книжку через високі ціни чи позичити (ФГ2Р3), а також небажання спонсорувати автора, який має негативну репутацію або ж відмінні цінності, але треба прочитати твір для аналізу наративів:

«Якщо покупка твору підтримує людину і його / її світогляд, який націлений проти нашого — в цьому випадку це є небезпека, то я б не купив. Але якщо потрібно вивчити саме думки і позицію цієї людини, то шукали б, звісно, у вільному доступі цей матеріал» (ФГ2Р1).

Про важливість цього аспекту зазначала й Олена Захарчук (2014). За цим може стояти прагнення впливати на поширення своїх цінностей, зокрема фінансуючи лише ті книжки, які їм відповідають.

Вибір за критерієм формату читання. Переважно респонденти/-ки обирають паперовий формат як, за їхнім визначенням, візуально легший, щоб зосередитися на читанні (ФГ3Р5). Це можна пов'язати з мотивом саморозвитку за С. Фіск (Fiske, 2004), адже є бажання краще усвідомити прочитане. Окремо виділено мотив зміни засобу сприйняття інформації з електронних пристроїв (ФГ4Р3). Також суттєвим критерієм обрання друкованої книжки був її **зовнішній вигляд** та якість поліграфії: привабливе візуальне оформлення та якість друку, перекладу, розмір і «читабельність»

шрифту, тексти без помилок, приємний матеріал обкладинки на дотик, запах паперу тощо. Це можна пов'язати з мотивом контролю (Fiske, 2014), адже неякісний друк є невідповідністю нормам, тому такі книжки не варті вибору та витрачених грошей. Особливо це стосувалося серій, збірок поезій:

«...у них там прям колекція, і це хочеться збирати, весь час купувати» (ФГ1Р1).

Тобто мотивом є естетичне задоволення, а палітурка книжки сприймається як витвір мистецтва (Usherwood & Toune, 2002).

Також на читацький вибір впливає стиль певних авторів/-ок, наскільки *«легко читатиметься»*, тому що складність тексту заважає зосередитися на сюжеті та розвитку подій (ФГ4Р1). Дехто, навпаки, ґрунтує свій читацький досвід на експериментах із нетиповими представниками/-цями жанрів, унікальних, автентичних книжок, шляхом *«прочитати всього потрошку»* (ФГ4Р4). У цьому випадку до вибору книжок невідомих авторів/-ок або жанрів спонукає бажання набути нового досвіду:

«Є багато сюжетів, про які я не знаю. І цікаво саме дізнатися, що ще вигадують люди в своїх книжках такого, що я ще ніде не бачила» (ФГ2Р2).

Це можна пов'язати з мотивом саморозвитку (Fiske, 2014), оскільки є прагнення не зупинятися на «мейнстрімних» джерелах інформації та мати свою думку, підвищувати свою обізнаність та агентність як читача/-ки.

За критерієм **вибору читання онлайн** респонденти/-ки зазначали, що обирають електронні видання як вимушену заміну паперовим, якщо бракує часу відвідати книгарні, і щоб не платити більшу ціну за друковану книжку, яка може не сподобатися.

Наступною виділеною категорією мотивів є вибір за **порадами інших**. Мотивами вибору через рекомендації родичів і друзів, а також викладачів/-ок були довіра до читацького вибору людей через їхній авторитет, більший читацький досвід, позитивний вплив на респондентів/-ок протягом зростання та бажання бути на них схожими (ФГ4Р1). Отже, можна пов'язати з мотивами довіри та належності (Fiske, 2014). Також на вибір впливають книжкові блогери/-ки, адже вони додають емоційний компонент у літературні огляди і легше визначити, чи збігаються смаки (ФГ1Р1), тобто є мотив контролю (Fiske, 2014).

Класифікація мотивів читацького вибору. На основі опрацьованих даних було розроблено класифікацію, що підсумовувала мотиви за принципом найбільшої спорідненості (див. рисунок). Ця класифікація дає змогу побачити різноманітність читацького вибору в контексті війни, що, своєю чергою, надає інформацію про мотиви вибору частини українського культурного продукту, який почав масштабно розвиватися за останні кілька років, а також порівняти його з досвідами інших культур.

Категорія «соціальна залученість» поєднує в собі мотиви використання читацьких практик задля взаємодії з іншими читачами/-ками. Вона також пов'язана з мотивом належності за Сьюзен Фіск (Fiske, 2004) — наслідком бажання ідентифікувати себе як частину певної соціальної групи. У межах цієї категорії виділено такі мотиви: надання підтримки організаціям або авторам/-кам зі схожими цінностями, створення нових соціальних зв'язків чи взаємодій, відповідність соціальному статусу чи ролі.

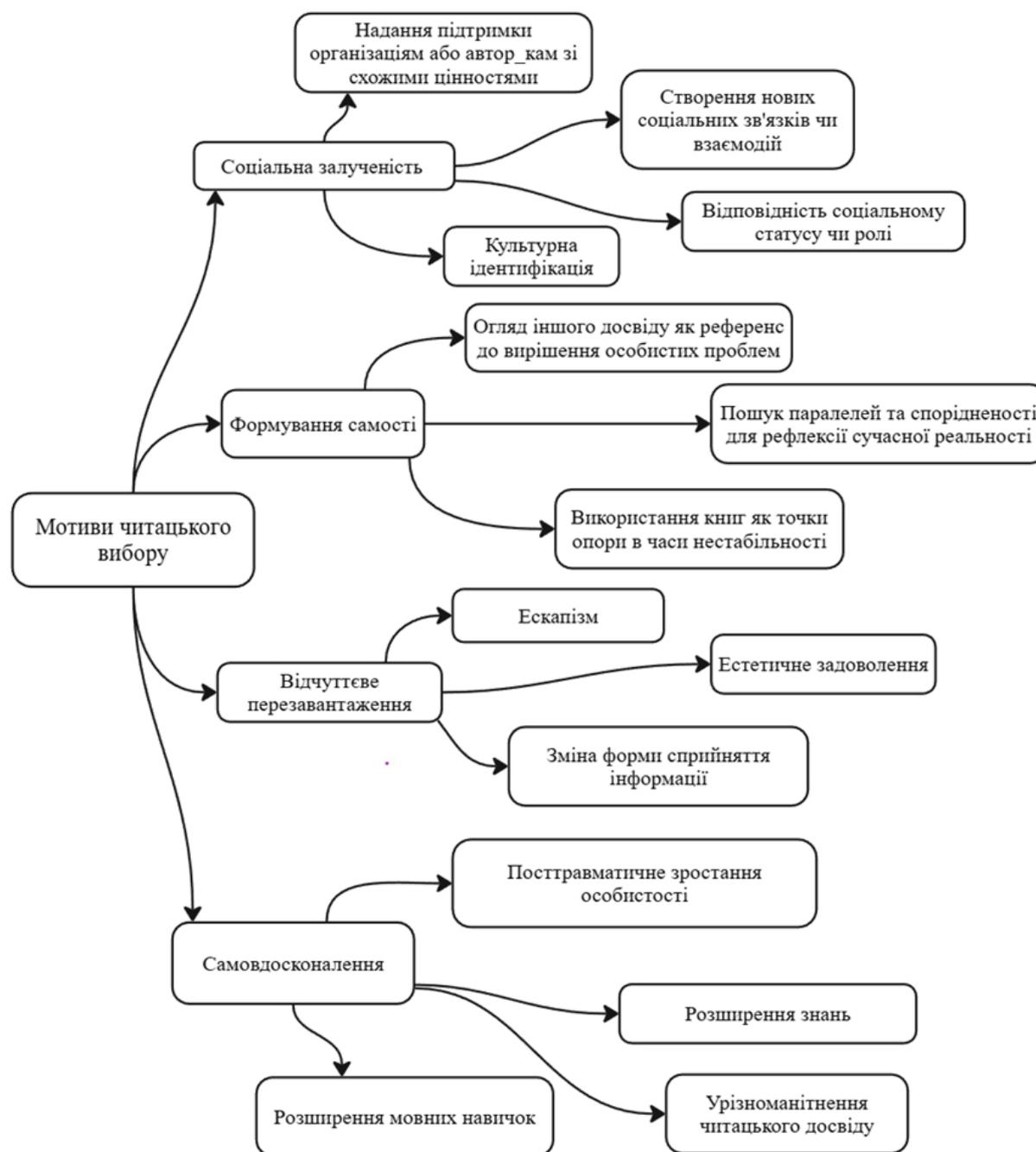


Рисунок. Класифікація мотивів читацького вибору молоді Києва

З наповнення цієї категорії можна зробити висновок, що читання відіграє роль «соціального клею», і читацький вибір може сприйматися ознакою певних характеристик читачів/-ок, на яких будуються їхні соціальні статуси.

Категорію мотивів «формування самості» визначено як усвідомлення свого існування серед навколишніх подій — будовання образу власного «я» (Ісаєва, 2023). Зокрема, цю категорію виділено з використанням категорії «довіра вказівкам» (Usherwood & Toune, 2002), а також концепції посттравматичного зростання особистості (Ісаєва, 2023). До неї увійшли мотиви: огляд іншого досвіду як референс до вирішення особистих проблем, пошук паралелей та спорідненості для рефлексії сучасної реальності, використання книжок як точки опори в часи нестабільності.

Категорія «відчуттєве переживання» містить мотиви, що передували вибору, аби збільшити адаптивні якості з протидії стресу (Ісаєва, 2023), а також зменшити негативний інформаційний вплив. Ескапізм, естетичне задоволення, зміна форми сприйняття інформації — ці мотиви виділено з використанням однойменних категорій Б. Ашервуда і Дж. Тойн (Usherwood & Toune, 2002).

Категорія «самовдосконалення» базується на критерії саморозвитку (Usherwood & Toune, 2002), а також однойменному мотиві за С. Фіск. Виділено такі мотиви: урізноманітнення читацького досвіду, розширення знань, посттравматичне зростання особистості, розширення мовних навичок.

Висновки

Відповідно до наявних напрацювань, на читацький вибір впливають не лише характеристики самої книжки, а й очікування від читання, джерела інформації, якими користується читач/-ка, елементи книжки, варті уваги під час вибору, та витрати на отримання доступу до книжок. Завершальним етапом процесу вибору є рішення читати цю книжку в конкретний момент, тобто варто брати до уваги контекст. Умови вибору, зокрема соціально-культурний і політичний контекст, є суттєвим мотиваційним чинником читацького вибору, оскільки читання як елемент дозвілля є засобом інтеграції та взаємодії в суспільстві. Вибір книжки може визначатися основними соціальними мотивами, виокремленими соціальною психологією Сьюзен Фіск: належності, розуміння, контролю, саморозвитку та довіри. Потреба бути в надійних стосунках, розуміти реальність, відповідати вимогам своєї соціальної групи, відчувати себе цінною її частиною та довіряти є суттєвими мотивами читацького вибору.

За результатами проведеного дослідження, у виборі книжок респонденти/-ки орієнтувалися на такі критерії, як жанр, країна походження, джерело отримання / купівлі, мова, репутація суб'єктів видання (авторів, видавництва, книгарні) та поради інших.

Виявлено такі основні категорії мотивів читацького вибору: соціальна залученість, формування самості, самовдосконалення, відчуттєве переживання. Їхня наповнюваність свідчить про те, що книжки обирають не лише для відпочинку чи дозвілля, а й для конструювання власного світогляду.

Категорія «соціальна залученість» об'єднала такі мотиви, як використання читацьких практик як засобу взаємодії з іншими індивідами в контексті читацького вибору, а також бажання ідентифікувати себе як частину певної соціальної групи.

Категорія мотивів «формування самості» — усвідомлення контексту свого існування серед навколишніх подій через прочитану літературу, переважно сучасну — будовання образу власного «я».

Мотивами з категорії «самовдосконалення» респонденти/-ки керувалися задля вирішення власних проблем, набуття практичних навичок, поліпшення здатності інтерпретувати поведінку інших людей, переживання емпатії до героїв для ефективної взаємодії та стосунків у спільноті.

До категорії «відчуттєве переживання» увійшли такі мотиви: збільшити адаптивні якості, зняти напругу, пов'язану зі стресом, та обмежити негативний інформаційний вплив. Також варто зазначити, що залежно від потреб і настрою читачі/-ки можуть поєднувати «серйозну» літературу для отримання корисної інформації з «несерйозною» для відпочинку, і цей вибір не є взаємовиключним.

Під час повномасштабного російського вторгнення мотивами читацького вибору молоді Києва було пристосування до нової реальності, самоідентифікація через досвід інших, ескапізм та саморозвиток, що також були важливими елементами самопідтримки в моменти травматичного досвіду та нестабільності. Вагомим аспектом є відокремлення від російського культурного простору через відмову від літератури, хоч якось пов'язаної з Росією, та віддавання переваги українським виданням як засіб боротьби в інформаційній війні та захисту українського культурного простору. Читацький вибір сприймався важливим у контексті його оцінювання референтною групою, до якої респонденти/-ки хотіли долучитися або залишитися. Отже, читання є своєрідним «соціальним клеєм», і читацький вибір є важливим його компонентом.

Список використаної літератури

- Головне управління статистики Києва. (2022). <http://kyiv.ukrstat.gov.ua/p.php3?c=3913&lang=1>
- Захарчук, О. (2014). Від травми до сповіді: культурологічні проєкції українського нарративу війни. У А. Матусяк (Ред.), *Перехресні стежки українського маскулінного дискурсу: Культура й література XIX–XXI століть* (с. 178–219). Laurus.
- Інститут молоді. (2022). Чисельність молоді у місті Києві віком від 14 до 35 років. <https://inmol.org/region/kyiv/>
- Ісаєва, О. (2023). Читання як шлях до посттравматичного зростання особистості (на прикладі книги Едіт Єви Егер «Вибір. Прийняти можливо»). *Grail of Science*, 32, 322–325. <https://doi.org/10.36074/grail-of-science.13.10.2023.059>
- Кабінет Міністрів України. (2023). Про схвалення Стратегії розвитку читання на період до 2032 року «Читання як життєва стратегія» та затвердження операційного плану її реалізації на 2023–2025 роки. Розпорядження № 190-р від 3 березня 2023 року. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/190-2023-p#Text>
- Орлова, Ю. (2022, 31 грудня). Книги українською — що потрібно зробити, щоб читати українською більше і чому це важливо. *NV Бізнес*. <https://biz.nv.ua/ukr/experts/knigi-ukrajinskoyu-shcho-potribno-zrobiti-shchob-chitati-ukrajinskoyu-bilshe-i-chomu-ce-vazhlyvo-50294508.html>
- Чебаненко, Д., & Прохорова, А. (2025). Мотиви читацького вибору молоді Києва після початку повномасштабного вторгнення. У *Російська війна проти України: трансформації соціальних інституцій та практик: Збірник тез науково-практичної конференції (24 лютого — 7 березня 2025 року, м. Київ)* (с. 163–168). Національний університет «Києво-Могилянська академія». <https://ekmair.ukma.edu.ua/items/58906bbb-561c-473c-8f9b-2180eb57f85c>
- Читомо. (2018). Читання в Україні. Ukrainian Reading and Publishing Data 2018. <http://data.chytomo.com/chytannya-v-ukrayini/#header-8>
- Чытомо. (2024). Reading books during wartime: what is trending in Ukraine? Aldus – European bookfairs network. <http://www.aldusnet.eu/k-hub/reading-books-wartime-trending-ukraine/>
- Fernández-Blanco, V., Prieto-Rodríguez, J., & Suarez-Pandiello, J. (2017). A Quantitative Analysis of Reading Habits in Spain. *International Journal of Arts Management*, 19(3), 19–32. <http://www.jstor.org/stable/44991461>
- International Journal of Arts Management, 19(3), 19–32. <http://www.jstor.org/stable/44991461>
- Fiske, S. (2004). *Social beings: A core motives approach to social psychology*. Wiley.
- Gradus Research. (2021). Типологія читачів серед міського населення України. <https://gradus.app/uk/open-reports/typology-readers-among-urban-population-of-ukraine/>
- InfoSapiens. (2023). Аналітичний звіт за результатами всеукраїнського соціологічного дослідження в межах проєкту «Підтримка промоції читання в Україні». <https://www.sapiens.com.ua/ua/publication-single-page?id=288>
- Kragler, S. (2000). Choosing Books for Reading: An Analysis of Three Types of Readers. *Journal of Research in Childhood Education*, 14(2), 133–141. <https://doi.org/10.1080/02568540009594758>
- Nell, V. (1988). *Lost in a Book: The Psychology of Reading for Pleasure*. Yale University Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctt1ww3vk3>
- Ooi, K., & Li Liew, C. (2011). Selecting fiction as part of everyday life information seeking. *Journal of Documentation*, 67(5), 748–772. <https://doi.org/10.1108/00220411111164655>
- Ross, C. S. (2013). Making Choices: What Readers Say About Choosing Books to Read for Pleasure. *Proceedings of the Annual Conference of CAIS / Actes du congrès annuel de l'ACSI*. <https://doi.org/10.29173/cais439>
- Stebbins, R. (1982). Serious Leisure: A Conceptual Statement. *The Pacific Sociological Review*, 25, 251–272. <https://doi.org/10.2307/1388726>
- Stebbins, R. A. (1997). Casual leisure: a conceptual statement. *Leisure Studies*, 16(1), 17–25. <https://doi.org/10.1080/026143697375485>
- Usherwood, B., & Toyne, J. (2002). The value and impact of reading imaginative literature. *Journal of Librarianship and Information Science*, 34(1), 33–41. <https://doi.org/10.1177/096100060203400104>
- Welland, J. (2018). Joy and war: Reading pleasure in wartime experiences. *Review of International Studies*, 44(03), 438–455. <http://dx.doi.org/10.1017/S0260210518000050>
- Woods, J. (2019). Reading practices and the formation of ‘interpretive communities’ in the Lodz ghetto. *Holocaust Studies*, 25(4), 467–491. <https://doi.org/10.1080/17504902.2018.1468670>
- Cabinet of Ministers of Ukraine. (2023). Pro skhvalennia Stratehii rozvytku chytannia na period do 2032 roku “Chytannia yak zhyttieva stratehiia” ta zatverdzhennia operatsiinoho planu yii realizatsii na 2023–2025 roky [On the approval of the Reading Development Strategy for the period until 2032 “Reading as a Life Strategy” and the approval of the operational plan for its implementation for 2023–2025]. Order No. 190-r, March 3, 2023. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/190-2023-p#Text> [in Ukrainian].
- Chebanenko, D., & Prokhorova, A. (2025). Motyvy chytatskoho vyboru molodi Kyieva pislia pochatku povnomashtabnoho vtorhnennia. In *Rosiiska viina proty Ukrainy: transformatsii sotsialnykh instytutsii ta praktyk. Collection of abstracts of the scientific and practical conference (February 24 — March 7, 2025, Kyiv)* (pp. 163–168). National University of Kyiv-Mohyla Academy. <https://ekmair.ukma.edu.ua/items/58906bbb-561c-473c-8f9b-2180eb57f85c> [in Ukrainian].
- Чытомо. (2018). Ukrainian Reading and Publishing Data 2018 <http://data.chytomo.com/chytannya-v-ukrayini/#header-8> [in Ukrainian].
- Чытомо. (2024). Reading books during wartime: what is trending in Ukraine? Aldus – European bookfairs network. <http://www.aldusnet.eu/k-hub/reading-books-wartime-trending-ukraine/>
- Fernández-Blanco, V., Prieto-Rodríguez, J., & Suarez-Pandiello, J. (2017). A Quantitative Analysis of Reading Habits in Spain. *International Journal of Arts Management*, 19(3), 19–32. <http://www.jstor.org/stable/44991461>
- Gradus Research. (2021). Typolohiia chytachiv sered miskoho naseleння Ukrainy. <https://gradus.app/uk/open-reports/typology-readers-among-urban-population-of-ukraine/> [in Ukrainian].
- InfoSapiens. (2023). Analychnyi zvit za rezultatamy vseukrainskoho sotsiolohichnoho doslidzhennia v mezhakh proiektu “Pidtrymka promotsii chytannia v Ukraini”. <https://www.sapiens.com.ua/ua/publication-single-page?id=288> [in Ukrainian].
- Isaieva, O. (2023). Chytannia yak shliakh do posttravmatychnoho zrostannia osobystosti (na prykladi knyhy Edit Yevy Eger “Vybir. Pryiniaty mozhlyvo”). *Grail of Science*, 32, 322–325. <https://doi.org/10.36074/grail-of-science.13.10.2023.059> [in Ukrainian].
- Kragler, S. (2000). Choosing Books for Reading: An Analysis of Three Types of Readers. *Journal of Research in Childhood Education*, 14(2), 133–141. <https://doi.org/10.1080/02568540009594758>
- Kyiv Statistics Department. (2022). <http://kyiv.ukrstat.gov.ua/p.php3?c=3913&lang=1> [in Ukrainian].
- Nell, V. (1988). *Lost in a Book: The Psychology of Reading for Pleasure*. Yale University Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctt1ww3vk3>
- Ooi, K., & Li Liew, C. (2011). Selecting fiction as part of everyday life information seeking. *Journal of Documentation*, 67(5), 748–772. <https://doi.org/10.1108/00220411111164655>
- Orlova, Y. (2022, December 31). Knyhy ukrainskoiu — shcho potribno zrobyty, shchob chytaty ukrainskoiu bilshe i chomu tse vazhlyvo. *NV Biznes*. <https://biz.nv.ua/ukr/experts/knigi-ukrajinskoyu-shcho-potribno-zrobiti-shchob-chitati-ukrajinskoyu-bilshe-i-chomu-ce-vazhlyvo-50294508.html> [in Ukrainian].

- Ross, C. S. (2013). Making Choices: What Readers Say About Choosing Books to Read for Pleasure. *Proceedings of the Annual Conference of CAIS / Actes du congrès annuel de l'ACSI*. <https://doi.org/10.29173/cais439>
- Stebbins, R. (1982). Serious Leisure: A Conceptual Statement. *The Pacific Sociological Review*, 25, 251–272. <https://doi.org/10.2307/1388726>
- Stebbins, R. A. (1997). Casual leisure: a conceptual statement. *Leisure Studies*, 16(1), 17–25. <https://doi.org/10.1080/026143697375485>
- Usherwood, B., & Toyne, J. (2002). The value and impact of reading imaginative literature. *Journal of Librarianship and Information Science*, 34(1), 33–41. <https://doi.org/10.1177/096100060203400104>
- Welland, J. (2018). Joy and war: Reading pleasure in wartime experiences. *Review of International Studies*, 44(03), 438–455. <http://dx.doi.org/10.1017/S0260210518000050>
- Woods, J. (2019). Reading practices and the formation of 'interpretive communities' in the Lodz ghetto. *Holocaust Studies*, 25(4), 467–491. <https://doi.org/10.1080/17504902.2018.1468670>
- Youth Institute. (2022). Number of young people in the city of Kyiv aged 14 to 35. <https://inmol.org/region/kyiv/> [in Ukrainian].
- Zakharchuk, O. (2014). Vid travmy do spovidu: kulturolohichni proektsii ukrainskoho naratyvu viiny. In *Perekhresni stezhky ukrainskoho maskulinnoho dyskursu: Kultura y literatura 19–21 stolit* (pp. 178–219). Laurus [in Ukrainian].

Daria Chebanenko

MOTIVES OF READING PRACTICES AND READING CHOICES OF KYIV YOUTH DURING THE RUSSO-UKRAINIAN WAR

Abstract

This article clarifies the theoretical and methodological framework for the study of the reading practices in sociology, highlights the results of a sociological investigation of the motives behind readers' choices and reading practices in the current Ukrainian context of the Russo-Ukrainian war, and identifies trends in readers' choices during wars in general, particularly the World Wars. As a consequence of Russia's full-scale invasion of Ukraine and the existential threat it poses to Ukrainians and Ukrainian culture, the motives behind Ukrainian youth's reading choices may be not only a form of recreation or aesthetic pleasure, but also a means of adapting to a new reality and forming a national identity through cultural affiliation. Within the empirical stage of the research, qualitative sociological methods were used to identify the motives of reading choices among young people in Kyiv during Russia's full-scale invasion of Ukraine. Analysis was conducted using the MAXQDA program, which allowed for the creation of codes based on the greatest similarities between respondents' motives. The motives of reading choices among young Kyiv residents during the full-scale invasion, according to the collected data, were distinguished by the following criteria: genre, country of origin, source of purchase, language, reputation of authors, publishers, or bookstores, as well as recommendations from others. Based on this, an updated classification of reading motives was formed, supplementing the classifications of Usherwood – Toyne, Catherine Ross and Susan Fiske, with the following categories: Social involvement, Self-formation, Sensory reboot, Self-improvement. It was found that the reading motives of young people in Kyiv in the context of the full-scale invasion are aimed at adapting to the new war reality through interaction, self-identification, escapism, and development. Reading has become a valuable tool for self-support in situations of trauma and instability.

Keywords: motives of readers' choices, reading practices, young people of Kyiv, qualitative sociological methods, Russia's full-scale invasion of Ukraine.

Подано / Submitted: 17.07.2025

Схвалено до публікації / Accepted: 15.09.2025

Оприлюднено / Published: 11.12.2025

Чебаненко Дар'я — бакалавриня соціології, Національний університет «Києво-Могилянська академія»

Chebanenko Daria — BA in Sociology, National University of Kyiv-Mohyla Academy

<https://orcid.org/0009-0002-0730-8123>

daria.chebanenko@ukma.edu.ua



Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY 4.0)