

**მკითხველთა ჩვევები
საქართველოში**

კვლევის შედეგები, 2012

კვლევა ჩაატარა მაკრეტინგული
კვლევებისა და კონსალტინგის
კომპანია EXPERTO-მ

კომენტარები კვლევის შედეგზე:
გიორგი კეკელიძე, მაშო
სამადაშვილი და პაატა პაპავა

მთარგმნელი: მარიამ მენაბდე

ტექსტის რედაქტორი:

გაგა ლომიძე

პუბლიკაცია არ გამოხატავს
Next Page Foundation - ის
ოფიციალურ მოსაზრებას.

This work is licensed
under a Creative Commons
Attribution-NonCommercial-ShareAlike
2.5 License



მხოლოდ უფასო გავრცელებისათვის

შინაარსი

მკითხველთა კვლევა „ნიგნის პლატფორმის“
ფარგლებში და კვლევის პროცესი..... 4

მკითხველთა კვლევის შედეგები
შ.პ.ს. ექსპერტოს მიერ 6

 შედეგების შეჯამება 6

 კვლევის მიზნები,
 ამოცანები და მეთოდოლოგია..... 12

 ძირითადი შედეგები..... 12

 რესპოდენტთა რეკომენდაციები..... 31

კომენტარი კვლევის შედეგზე 33

 გიორგი კეკელიძე..... 33

 მაშო სამადაშვილი 37

 პაატა პაპაია40

კვლევის მასალები ხელმისაწვდომია
ინგლისურ-ქართულ ონლაინ საიტზე:
www.bookplatform.org

მკითხველთა კვლევის კითხვარი

სხვა საინტერესო კვლევები
მკითხველთა ჩვევებზე.

მკითხველთა კვლევის შედეგები

მკითხველთა კვლევა საქართველოს საგამომცემლო სექტორში ერთ-ერთი პირველი ფართომასშტაბიანი პროექტია. აღნიშნული კვლევის მიზანია წიგნის მკითხველთა და მყიდველთა კვლევა, მათი მოთხოვნილებების, ჩვევებისა და შეხედულებების გათვალისწინებით. კვლევის შედეგად გამოიკვეთა ბევრი ისეთი ტენდენცია, რომელიც, პირველ რიგში, საინტერესო იქნება წიგნის გამომცემლებისათვის.

ძირითადი მიგნებები და ტენდენციები

კვლევის შედეგად გამოიკვეთა შემდეგი ტენდენციები:

- წიგნის შერჩევის პროცესში „მეგობრის/ახლობლის რჩევა“ დიდ ზეგავლენას ახდენს მომხმარებელზე, როგორც კითხვის, ისე ყიდვის დროს;
- წიგნის შინაარსი და ავტორი მნიშვნელოვან გავლენას ახდენენ წასაკითხი წიგნის შერჩევისას. ყიდვის დროს კი გადამწყვეტ ფაქტორად ფასი მიიჩნევა;
- წიგნის სახეობებიდან მხატვრული ლიტერატურა ყველაზე მოთხოვნადია;
- წიგნის კითხვის დროს სახლი ყველაზე კომფორტულ ადგილად არის მიჩნეული, ბიბლიოთეკებში თითქმის არავინ დადის, საკმაოდ პოპულარულია სამსახურში კითხვაც;
- მომხმარებელი წიგნების დიდ ნაწილს წიგნის მაღაზიებში ყიდულობს;
- გამოიკვეთა წიგნის, როგორც საჩუქრის გამოყენების ტენდენცია;
- ქართველი მომხმარებელი ელექტრონულ წიგნებით არ სარგებლობს და უპირატესობას ნაბეჭდ ვერსიას ანიჭებს;
- გამოკითხულთა დიდი ნაწილი არ უკითხავს ბავშვებს წიგნებს;
- მდებრობითი სქესის წარმომადგენლები უფრო მეტად უკითხავენ ბავშვებს წიგნებს ვიდრე მამრობითი, შესაბამისად, ისინი უფრო მეტად ყიდულობენ საბავშვო წიგნებს;
- კვლევამ აჩვენა რომ, ქალაქში უფრო მეტს კითხულობენ/ყიდულობენ ვიდრე სოფელში. ამიტომაც, ქალაქში წიგნებზე

დახარჯული წლიური ბიუჯეტი აჭარბებს სოფელში იმავე დანიშნულებით დახარჯულ წლიურ ბიუჯეტს.

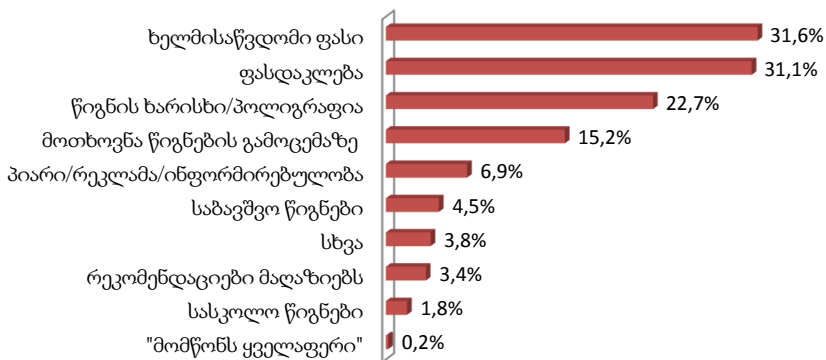
რეკომენდაციები:

გამოკითხული რესპონდენტები გამომცემლებს და წიგნის მალაზიებს შემდეგ რეკომენდაციებს აძლევენ:

- ხელმისაწვდომი ფასი და ფასდაკლების აქციები წიგნებზე;
- მიექცეს ყურადღება და გაუმჯობესდეს წიგნის ხარისხი და პოლიგრაფია. ხარისხის თვალსაზრისით განსაკუთრებით გამახვილდა ყურადღება საბავშვო წიგნებზე („არ იშლებოდეს“ და „იყოს უფრო ხარისხიანი ნახატები“);
- მეტი ყურადღება მიექცეს წიგნის რეკლამირებას და მომხმარებლის ინფორმირებულობას, გაიმართოს შეხვედრები და წიგნის პრეზენტაციები;
- წიგნის მალაზიებისთვის მთავარ რეკომენდაციად დასახელდა სერვისის გაუმჯობესება.

რეკომენდაციების დაჯგუფებულია თემების მიხედვით¹:

რეკომენდაცია წიგნის გამომცემლებს/ წიგნის მალაზიებს



¹ იხ. დანართი 1. რეკომენდაციები

კვლევის მიზნები, ამოცანები და მეთოდოლოგია

კვლევა ჩატარდა ორ ეტაპად. კვლევის პირველი, თვისობრივი ნაწილი მოიცავდა 3 ფოკუს ჯგუფს. მეორე ეტაპზე განხორციელდა რაოდენობრივი კვლევა, რომელიც მოიცავდა საქართველოს დიდ ქალაქებს და სოფლებს. ისინი „საქართველოს წიგნის გამომცემელთა და გამავრცელებელთა ასოციაციასთან“ შეთანხმებით შეირჩა. კვლევის ფარგლებში, გამოკითხული იქნა 1,000 ადამიანი შემთხვევითი შერჩევის მეთოდით, რაც მონაცემების განზოგადების საშუალება იძლევა. აღნიშნული შერჩევის მოცულობა (1,000 რესპონდენტი) ხასიათდება $\pm 3\%$ -იანი ცდომილებით (იხ. დეტალური ინფორმაცია თავი I. მეთოდოლოგია).

კვლევა 2012 წლის ნოემბერ-დეკემბერში მიმდინარეობდა.

წინამდებარე დოკუმენტში წარმოდგენილია კვლევის მიზნები, მეთოდოლოგია, შედეგების ანალიზი და ძირითადი მიგნებები.

ძირითადი მიზნები და ამოცანები

კვლევის ძირითადი მიზანი იყო წიგნის მკითხველთა და მყიდველთა ჩვევების, შეხედულებების და დამოკიდებულებების კვლევა.

კვლევის ძირითადი ამოცანებია:

- რა სახის წიგნებით ინტერესდება მკითხველი/მყიდველი;
- რა სიხშირით კითხულობს/ყიდულობს;
- სად კითხულობს/ყიდულობს;
- რა უბიძგებს და რა ფაქტორები ახდენენ მასზე გავლენას წიგნის შერჩევისას.
- შემოსავლის რა ნაწილს ხარჯავს ყოველწლიურად წიგნებზე, საბავშვო ლიტერატურაზე.
- რამდენად კითხულობს/ყიდულობს ელექტრონულად წიგნებს.

კვლევის ობიექტი: წიგნები (კვლევა არ მოიცავს ჟურნალ-გაზეთებს და სასკოლო წიგნებს).

კვლევის არეალი: წიგნის კითხვა/ყიდვა

კვლევის ფარგლებში გამოყენებული იქნა თვისობრივი და რაოდენობრივი კვლევის მეთოდები.

თვისობრივი მეთოდი

კვლევის თვისობრივი მეთოდებიდან გამოყენებული იქნა ე.წ. ფოკუს-ჯგუფის ტექნიკა, რომელიც გულისხმობს წინასწარ შემუშავებული საკითხების ჯგუფურ განხილვას და დისკუსიებს სამიზნე ჯგუფებთან ერთად. კვლევის დამხმარე ინსტრუმენტად გამოყენებული იქნა სადისკუსიო გეგმა, რომელიც თამატურად შეირჩა და დამკვეთთან ერთად შემუშავდა.

თარიღი	2012 წლის ნოემბერი (19, 20 და 21)
კვლევის არეალი	თბილისი
კვლევის მეთოდი	თვისობრივი კვლევა
კვლევის ტექნიკა	ჯგუფური დისკუსია
ფოკუს- ჯგუფების რაოდენობა	3 (სულ 24 რესპონდენტი)
მონაწილეები	ჟურნალისტი, ეკონომისტი, გაყიდვების მენეჯერი, სოციოლოგი, ბიოლოგი, გრაფიკული დიზაინერი, თარჯიმანი, იურისტი, სოციალური მუშაკი, მარკეტოლოგი.
ფოკუს-ჯგუფის ხანგრძლივობა	1 საათი და 30 წუთი

ფოკუს-ჯგუფების შედეგები წარედგინა „საქართველოს წიგნის გამომცემელთა და გამავრცელებელთა ასოციაციას“ და მოეწყო პრეზენტაცია 03/12/2012 ასოციაციის წარმომადგენლებისთვის. შეხვედრას ესწრებოდა გიორგი კეკელიძეც.

თვისობრივი კვლევის შედეგები გამოყენებული იქნა კითხვარის სტრუქტურის აგებისას.

რაოდენობრივი მეთოდი

კვლევის რაოდენობრივი მეთოდებიდან გამოყენებული იქნა პირისპირ ინტერვიუს მეთოდი. გამოკითხვა ჩატარდა სტრუქტურირებული ანკეტის² მეშვეობით

თარიღი 2012 წლის დეკემბერი

კვლევის არეალი თბილისი-რუსთავი.

ქალაქები: ბათუმი;

ქუთაისი; გორი;

თელავი.

სოფლები: ნატანები; ქვედა

სიმონეთი; რუისი; ალვანი.

კვლევის მეთოდი რაოდენობრივი კვლევა

კვლევის ტექნიკა ანკეტირების მეთოდი

გამოკითხულთა რაოდენობა 1000 რესპონდენტი

შერჩევა სტრატეგიული

შემთხვევითი შერჩევა

ანკეტის შევსების

ხანგრძლივობა 5-10 წუთი

კითხვარი შედგებოდა ორი ბლოკისგან: 22 დახურული და 1 ღია კითხვა:

- I ბლოკი: წიგნის კითხვა (11 დახურული კითხვა)
- II ბლოკი: წიგნის ყიდვა (11 დახურული კითხვა)
- რეკომენდაციები (1 ღია კითხვა)

დემოგრაფიული მონაცემები

კვლევის ტექნიკური მხარე

კვლევის დაწყებამდე კითხვარმა გაიარა პრე-ტესტი (15 საპილოტე ინტერვიუ) თბილისში.

კვლევის ფარგლებში დაქირავებულ იქნა 8 ინტერვიუერი, რომელთაც ჩაუტარდათ ტრენინგები. მათ მიერ შესრულებული სამუშაოს (შევსებული კითხვარები) 5% გადამონმებულ იქნა სატელეფონო კონტროლით.

² იხ. დანართი 2. კითხვარი

მონაცემთა სტატისტიკური ანალიზი

კვლევა დამუშავებულ იქნა SPSS (19.0) სტატისტიკური პროგრამის მეშვეობით

მონაცემთა ანალიზისას გამოყენებული იქნა აღწერითი და ახსნითი სტატისტიკის მეთოდები:

- სიხშირების და პროცენტების გამოთვლა
- კროსტაბულაციური ანალიზი (Chi-Square Tests)
- კორელაცია (პირსონის კოეფიციენტი).

გამოკითხულ 1,000 რესპონდენტთა შერჩევის ცდომილება შეადგენს:

ქალაქი/სოფელი	შერჩევის ცდომილება
მთლიანი მონაცემები (1000 რესპ.)	3 %- 3.5 %
თბილისი /რუსთავი (400 რესპ.)	4.5 %-5 %
ქალაქები (300 რესპ.) სოფლები(300 რესპ.)	5.5 %-6 %

აღნიშნული კვლევის სანდოობის კოეფიციენტად განისაზღვრა 95%-ით.

კვლევის გეოგრაფიული არეალი

სულ გამოკითხული იქნა 1,000 რესპონდენტი, რომელების რეგიონების მიხედვით შემდეგნაირად გადანაწილდა³:

	გამოკითხულთა რაოდენობა	პროცენტული მაჩვენებელი
თბილისი	300	30%
რუსთავი	100	10%
დიდი ქალაქები	300	30%
ბათუმი	75	
ქუთაისი	75	
გორი	75	

³ დამკვეთთან ერთად შემუშავებული წინასწარ დადგენილი კვოტის შესაბამისად.

თელავი	75	
დიდი სოფლები	300	30%
ნატანები	75	
ქვედა სიმონეთი	75	
რუისი	75	
ალვანი	75	

დემოგრაფიული მონაცემები

გამოკითხულ რესპონდენტთა დემოგრაფიული მონაცემები შემდეგნაირად გადანაწილდა (ასაკი⁴, სქესი⁵):

		ასაკი				
სქესი	18-24	25-34	35-44	45-64	65 და მეტი	სულ
მდედრობითი	118	109	136	196	45	604
მამრობითი	91	78	70	126	31	396
სულ	209	187	206	322	76	1000

	ადგილი			სულ
	თბილისი რუსთავი	ქალაქები	სოფლები	
მდედრობითი	250	178	176	604
მამრობითი	150	122	124	396
სულ	400	300	300	1000

⁴ დამკვეთთან ერთად შემუშავებული წინასწარ დადგენილი კვოტის შესაბამისად და საქართველოს მოსახლეობის ასაკობრივი ჯგუფების გათვალისწინებით (საქართველოს სტატისტიკური დეპარტამენტის მონაცემები)

⁵ დამკვეთთან ერთად შემუშავებული წინასწარ დადგენილი კვოტის შესაბამისად და საქართველოს მოსახლეობის სქესთა ბალანსის გათვალისწინებით **60 ქალი/40 კაცი** (საქართველოს სტატისტიკური დეპარტამენტის მონაცემები)

განათლების დონე

	სიხშირე	%
არასრული საშუალო	28	3 %
საშუალო	187	19 %
არასრული უმაღლესი	107	11 %
უმაღლესი	611	61 %
პროფესიული განათლება	67	7 %

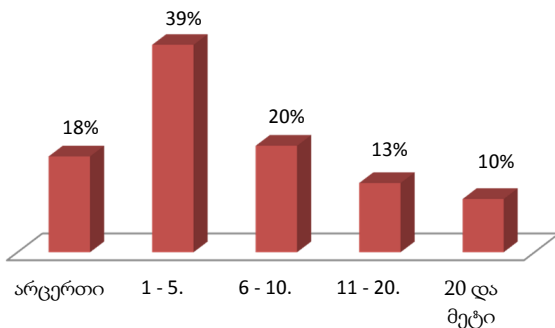
სტატუსი

	სიხშირე	%
დაოჯახებული	630	63%
დასაოჯახებელი	370	37%

კვლევის შედეგები

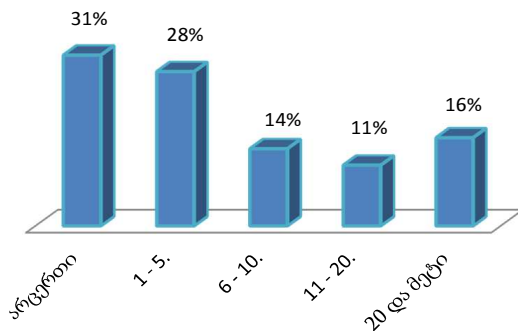
1. რამდენი წიგნი წაიკითხეთ/იყიდეთ ბოლო 12 თვის განმავლობაში?

სქემა 1.1. რამდენი წიგნი წაიკითხეთ ბოლო 12 თვის განმავლობაში?



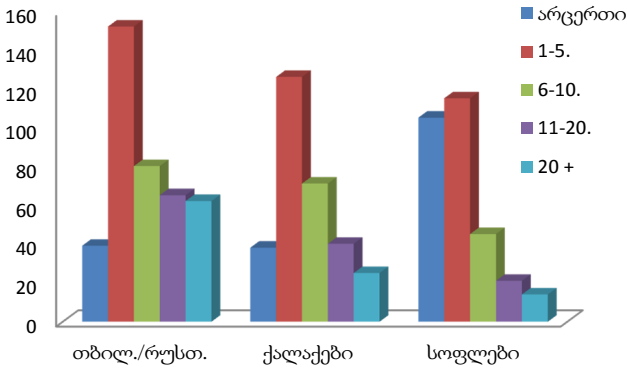
კვლევამ აჩვენა, რომ ბოლო 12 თვის განმავლობაში გამოკითხულთა ნახევარზე მეტმა (60%) 10-მდე წიგნი წაიკითხა. გამოკითხულთა მხოლოდ 18%-ი აღიარებს, რომ ბოლო 12 თვის განმავლობაში საერთოდ არ წაუკითხავს წიგნი.

სქემა 1.2. რამდენი წიგნი იყიდეთ ბოლო 12 თვის განმავლობაში?



კითხვაზე თუ რამდენი წიგნი იყიდეს ბოლო 12 თვის განმავლობაში, გამოკითხულთა 31% ამბობს, რომ არცერთი წიგნი არ შეუძენია. გამოკითხულთა მხოლოდ 40%-მა შეიძინა 10-მდე წიგნი.

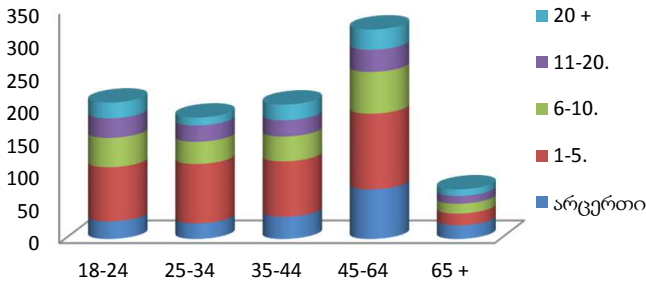
სქემა 1.3. ადგილი X რამდენი წიგნი წაიკითხეთ ბოლო 12 თვის განმავლობაში



კვლევამ აჩვენა, რომ ქალაქში მცხოვრებმა ადამიანებმა (იგულისხმება როგორც დედაქალაქი, ასევე საქართველოს დიდი ქალაქები) უფრო მეტი წიგნი წაიკითხეს ბოლო 12 თვის განმავლობაში, ვიდრე სოფლად (კვლევა მოიცავდა 4 დიდ სოფელს) მცხოვრებ ადამიანებმა.

შენიშვნა: ეს ორი ცვლადი დადებით კორელაციაშია ერთმანეთთან (პირსონის კორელაცია = 0.278⁶)

სქემა 1.4. ასაკი X რამდენი წიგნი წაიკითხეთ ბოლო 12 თვის განმავლობაში



კვლევამ აჩვენა, რომ წაკითხული წიგნების რაოდენობა თითქმის თანაბრად ნაწილდება ასაკობრივ ჯგუფებზე (შესაბამისი კვოტების გათვალისწინებით⁷).

შენიშვნა: ეს ორი ცვლადი უარყოფით კორელაციაშია ერთმანეთთან (პირსონის კორელაცია = -0.020⁸).

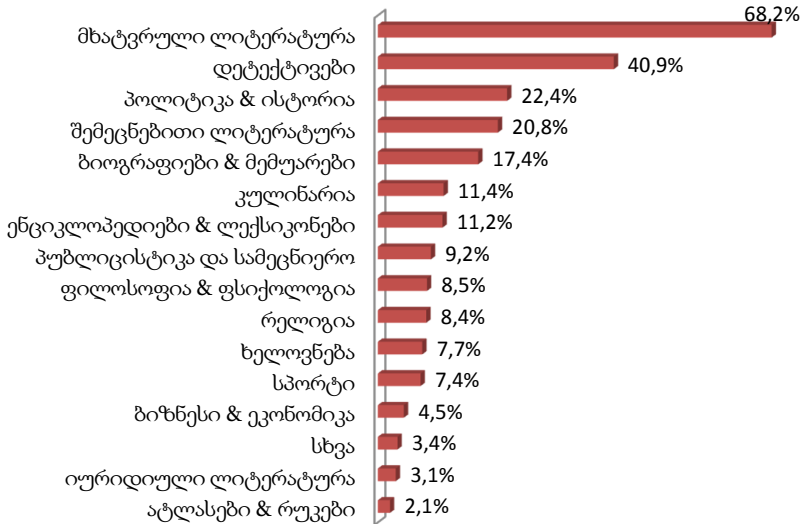
⁶ იხ. დანართი 5. კორელაცია.

⁷ იხ. ასაკობრივი ჯგუფების გადანაწილება.

⁸ იხ. დანართი 5. კორელაცია.

2. რა სახის წიგნებს კითხულობთ/ყიდულობთ?

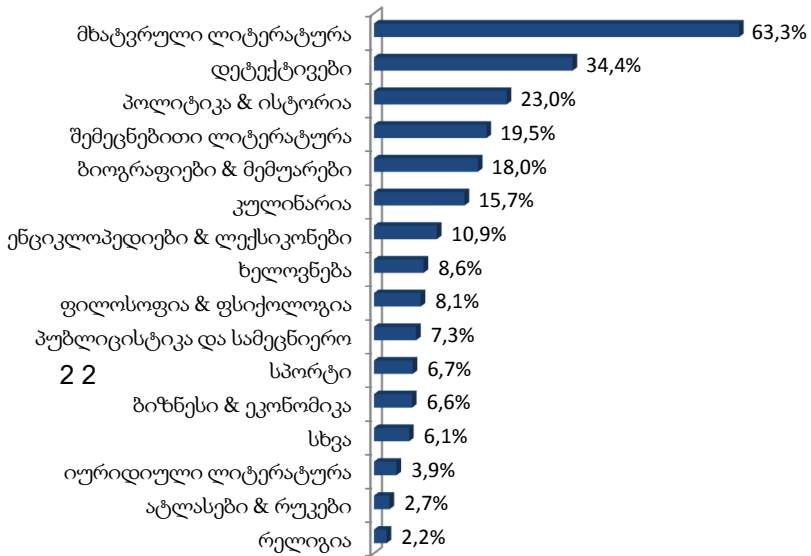
სქემა 2.1. რა სახის წიგნებს კითხულობთ?



კვლევამ აჩვენა, რომ მკითხველებში მხატვრულ ლიტერატურა (68,2%) ყველაზე მეტი პოპულარობით სარგებლობს. ანალოგიური ტენდენცია იქნა გამოკვეთილი თვისობრივი კვლევაშიც. საკმაოდ მაღალი ინტერესი დაფიქსირდა პროფესიულ ლიტერატურის მიმართ (ენციკლოპედიები/ლექსიკონები (11,2%) და კულინარიული წიგნები (11,4%) საინტერესო ნიშას ქმნიან წიგნის ინდუსტრიაში. შენიშვნა: პასუხების ჯამი აჭარბებს 100%-ს, რადგან დასაშვებია იყო კითხვაზე რამდენიმე პასუხის გაცემა.

სხვა: «საბავშვო»; «სასკოლო»; «სამედიცინო & სამკურნალო»; «გასართობი»; «სასწავლო/პროფესიული»; «ყველანაირი»; «ტექნიკურ-მექანიკური»; «კომპიუტერული მეცნიერებები»; «ტელეკომუნიკაციები»; «ფანტასტიკა».

სქემა 2.2. რა სახის წიგნებს ყიდულობთ?



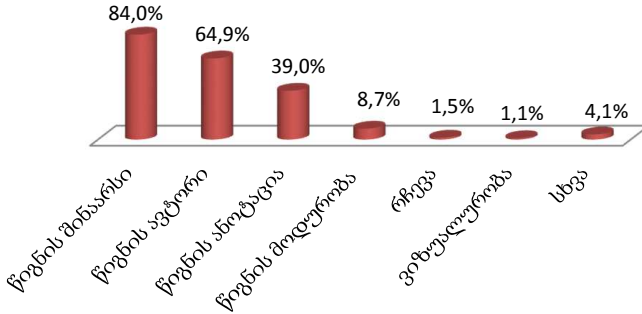
კითხვაზე თუ რა სახის წიგნებს ყიდულობენ, გამოკითხულთა დიდი ნაწილი კვლავ მხატვრულ ლიტერატურას (63,3%) ანიჭებს უპირატესობას. როგორც თვისობრივი კვლევიდან გამოიკვეთა, კითხვა და ყიდვა მათთვის გაიგივებული ცნებაა „წიგნები იმდენად ძვირი ღირს რომ, დასაძებად არავინ იყიდის“.

შენიშვნა: პასუხების ჯამი აჭარბებს 100%-ს, რადგან დასაშვებია იყო კითხვაზე რამდენიმე პასუხის გაცემა.

სხვა: „საბავშვო“; „სასკოლო“; „სამედიცინო & სამკურნალო“; „გასართობი“; „სასწავლო/პროფესიული“; „ყველანაირი“; „ტექნიკურ-მექანიკური“; „კომპიუტერული მეცნიერებები“; „ტელეკომუნიკაციები“; „ფანტასტიკა“.

3. რა ფაქტორები ახდენენ თქვენზე გავლენას ნიგნის კითხვისას/ყიდვისას?

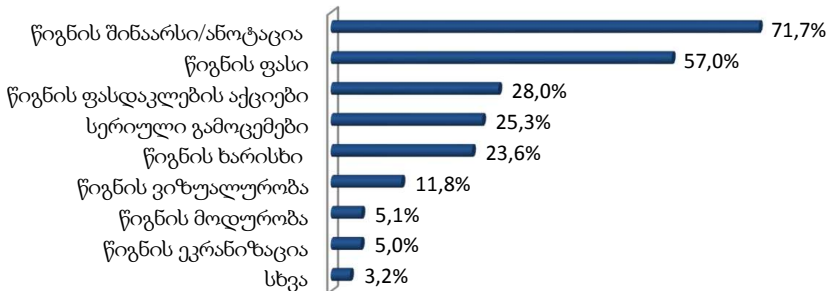
სქემა 3.1. რა ფაქტორები ახდენენ თქვენზე გავლენას წასაკითხი ნიგნის შერჩევისას?



კვლევამ აჩვენა, რომ ნიგნის შერჩევის პროცესში ნიგნის შინაარსი (84%) და ნიგნის ავტორის ვინაობა (64,9%) ყველაზე მეტ გავლენას ახდენს მკითხველზე. იგივე ტენდენცია შეინიშნება ფოკუს-ჯგუფებშიც. შენიშვნა: პასუხების ჯამი აჭარბებს 100%-ს, რადგან დასაშვებია იყო კითხვაზე რამდენიმე პასუხის გაცემა.

სხვა: „შეფუთვა“; „ნიგნის მოცულობა“; „სახელი/სათაური“; „რამდენად კარგადაა შეფასებული“; „პროფესია“; „პრაქტიკულობა/გამოსადეგობა“; „ინტერესი“; „ჟანრი“; „ისტორიული მოვლენები/გმირები“; „მდიდრული წარმოსახვა“; „ქართველი ავტორები“; „განწყობა/ხასიათი“; „საჭიროება“; „დრო“; „თემატიკის მიხედვით“; „შირიფტი“; „ილუსტრაციები“; „თანამედროვე ნიგნები“; „ნიგნის დასაწყისი“; „მხატვრობის დონე“.

სქემა 3.2. რა ფაქტორები ახდენენ თქვენზე გავლენას ნიგნის ყიდვის დროს?



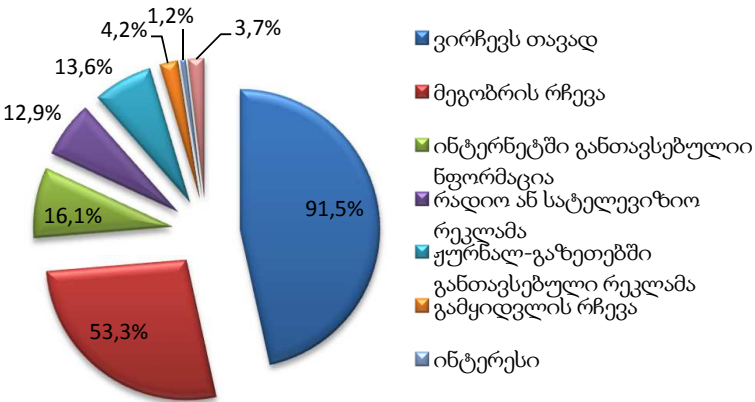
კითხვაზე თუ რა ახდენს თქვენზე გავლენას წიგნის ყიდვის დროს, გამოიკვეთა ორი ფაქტორი: წიგნის შინაარსი/ანოტაცია (71,7%) და წიგნის ფასი (57%). წიგნის ხარისხი მხოლოდ მე-5 პოზიციაზეა (23,6%). თვისობრივ კვლევაში დასტურდება იგივე ტენდენცია თუმცა წიგნის ვიზუალური მხარე (წიგნის შეფუთვა, ფურცლის ხარისხი, შრიფტის ზომა.) იქნა გამოკვეთილი ყველაზე მნიშვნელოვან ფაქტორად.

შენიშვნა: პასუხების ჯამი აჭარბებს 100%-ს, რადგან დასაშვები იყო კითხვაზე რამდენიმე პასუხის გაცემა.

სხვა: „წიგნის მოცულობა“; „სახელი/სათაური“; „ინტერესი“; „ავტორი“; „განწყობა ხასიათი“; „საჭიროება“; „თემატიკა“; „რჩევა“.

4. რა გიბიძგებთ წიგნის წაკითხვისკენ/ყიდვისკენ?

სქემა 4.1. რა გიბიძგებთ წიგნის წაკითხვისკენ?

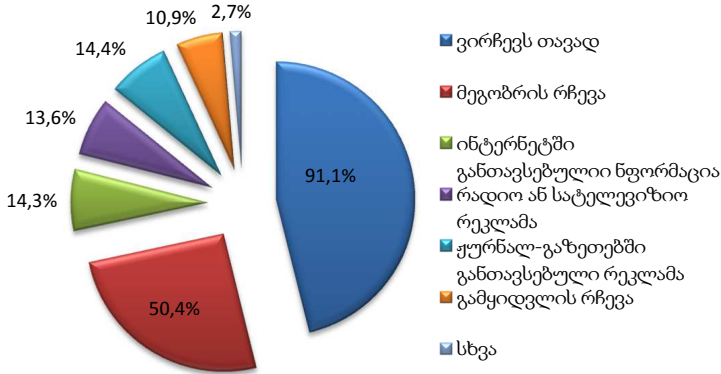


კვლევამ აჩვენა, რომ გამოკითხული რესპონდენტები თავად ირჩევენ (91,5%) წასაკითხ წიგნს. წიგნის შერჩევისას მეგობრის/ახლობლის რჩევა (53,3%) დიდ ნდობას იწვევს მათში.

შენიშვნა: პასუხების ჯამი აჭარბებს 100%-ს, რადგან დასაშვები იყო კითხვაზე რამდენიმე პასუხის გაცემა.

სხვა: „წიგნების/კითხვის სიყვარული“; „თავისუფალი დრო“; „პროფესიული საჭიროება“; „სიახლე“; „დარდის გასაქარწყლებლად“; „ავტორი“; „ოჯახი“; „უძილობა“; „მიზეზი მოწყვედი კომპიუტერს“; „შეღიშვების მოთხოვნით“; „სულიერი მოთხოვნილება“; „საჭიროება“; „ბიბლიოთეკარის რჩევით“; „განწყობა“.

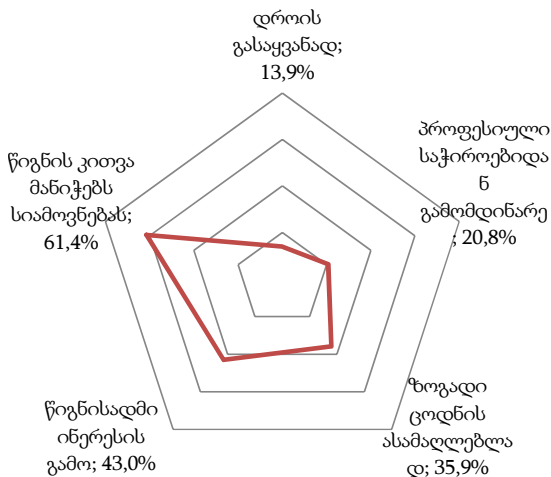
სქემა 4.2. რა გიბიძგებთ წიგნის ყიდვისკენ?



კითხვაზე თუ რა გიბიძგებთ წიგნის ყიდვისკენ, რესპონდენტები აღნიშნავენ, რომ ხშირ შემთხვევაში თავად აკეთებენ არჩევანს (91,1%) ან რჩევით მიმართავენ მეგობარს/ახლობელს (50,4%).
 შენიშვნა: პასუხების ჯამი აჭარბებს 100%-ს, რადგან დასაშვებია იყო კითხვაზე რამდენიმე პასუხის გაცემა.
 სხვა: „ინტერესი წიგნების/კითხვის სიყვარული“; „თავის უფალი დრო“; „პროფესიული საჭიროება“; „სიახლე“; „ავტორი“; „მვილიშვილების მოთხოვნით“; „სულიერი მოთხოვნილება“; „საჭიროება“; „ბიბლიოთეკარის რჩევით“; „სასაჩუქრედ“.

5. რა მიზნით კითხულობთ/ყიდულობთ წიგნებს?

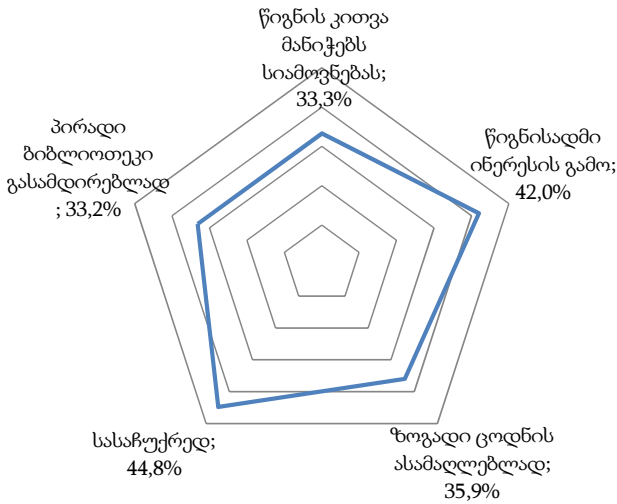
სქემა 5.1. რა მიზნით კითხულობთ წიგნებს?



კვლევამ აჩვენა, რომ გამოკითხულ რესპონდენტთა უმეტესობა წიგნს საკუთარი სიამოვნებისთვის კითხულობს (61,4%), რაც წიგნისადმი ინტერესით და ზოგადი ცოდნის ამაღლების სურვილით არის განპირობებული.

შენიშვნა: პასუხების ჯამი აჭარბებს 100%-ს, რადგან დასაშვები იყო კითხვაზე რამდენიმე პასუხის გაცემა.

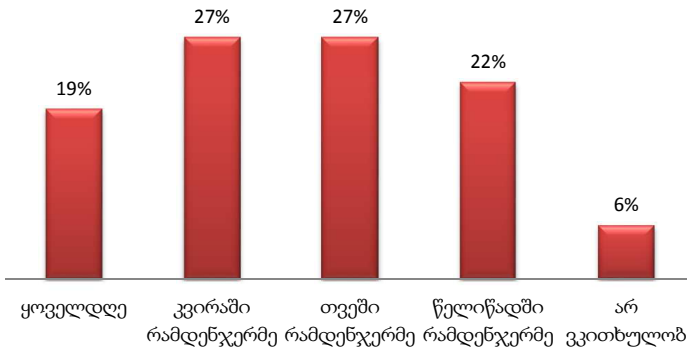
სქემა 5.2. რა მიზნით ყიდულობთ წიგნებს?



კითხვაზე, თუ რა მიზნით ყიდულობენ წიგნებს, კვლევამ თითქმის თანაბარი შედეგი აჩვენა, თუმცა ოდნავ გამოკვეთილი პოზიცია დაფიქსირდა წიგნის, როგორც სასაჩუქრე (44,8%) დანიშნულების მხრივ. შენიშვნა: პასუხების ჯამი აჭარბებს 100%-ს, რადგან დასაშვები იყო კითხვაზე რამდენიმე პასუხის გაცემა.

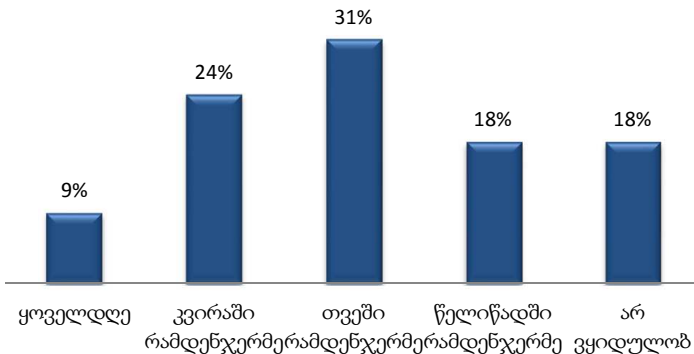
6. რა სიხშირით კითხულობთ/ყიდულობთ წიგნებს?

სქემა 6.1. რა სიხშირით კითხულობთ წიგნებს?



კვლევამ აჩვენა, რომ გამოკითხულ რესპონდენტთა მხოლოდ 19% კითხულობს წიგნებს ყოველდღე. ხოლო გამოკითხულთა 6% საერთოდ არ კითხულობს წიგნებს. თვისებრივი კვლევის დროს აღინიშნა, რომ კითხვის სიხშირე არ არის დამოკიდებული გარემო ფაქტორებზე (მაგ: სეზონურობა არ ახასიათებს).

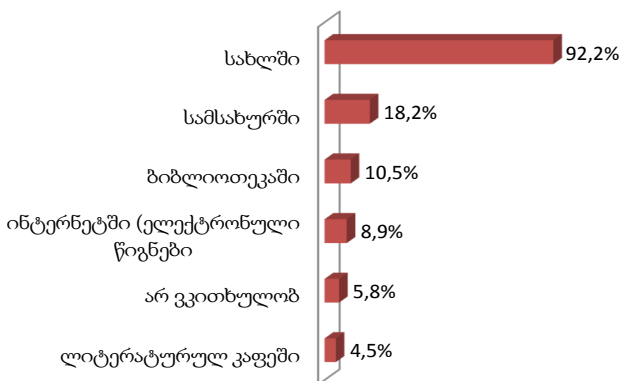
სქემა 6.2. რა სიხშირით ყიდულობთ წიგნებს?



კითხვაზე თუ რა სიხშირით ყიდულობენ წიგნებს, რესპონდენტების 31%-მა აღნიშნა, რომ თვეში რამდენჯერმე ყიდულობს წიგნს. გამოკითხულთა 18 % კი საერთოდ არ ყიდულობს წიგნს.

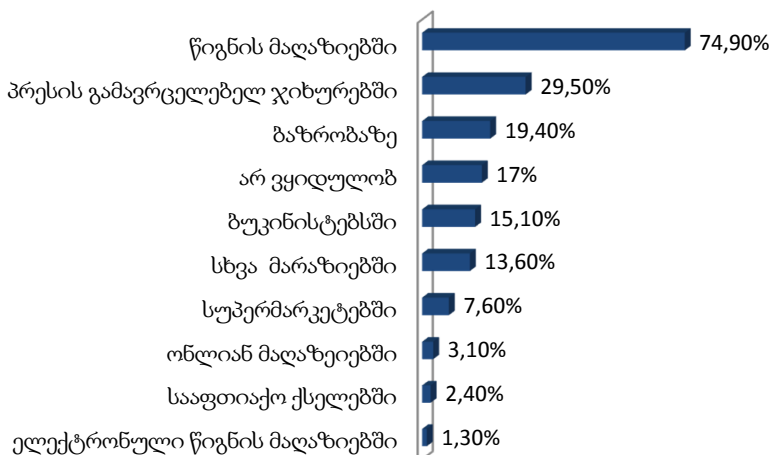
7. სად კითხულობთ/ყიდულობთ წიგნებს?

სქემა 7.1. სად კითხულობთ წიგნებს?



კვლევამ აჩვენა, რომ გამოკითხულ რესპონდენტთა უმრავლესობა წიგნის კითხვას სახლში (92,2%) ამჯობინებს. სახლში კითხვა დომინირებდა თვისობრივი კვლევის დროსაც. რაც შეეხება ბიბლიოთეკას, დისკუსიების დროს გამოიკვეთა, რომ არაკომფორტული გარემოს გამო, მკითხველები ნაკლებად სარგებლობენ ამ სერვისით. რაოდენობრივი კვლევაც ადასტურებს ამ ტენდენციას, ბიბლიოთეკაში მხოლოდ 10,5% თუ კითხულობს წიგნს. შენიშვნა: პასუხების ჯამი აჭარბებს 100%-ს, რადგან დასაშვები იყო კითხვაზე რამდენიმე პასუხის გაცემა.

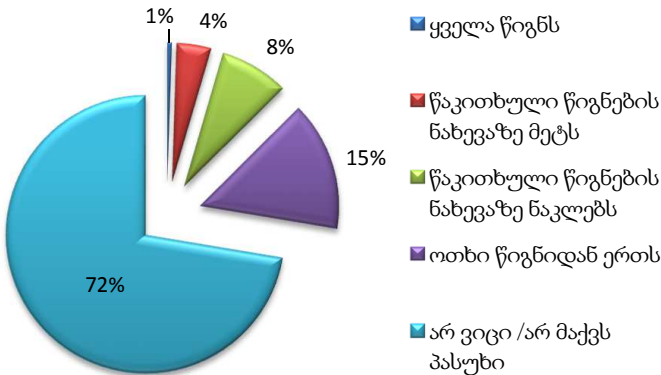
სქემა 7.2. სად ყიდულობთ წიგნებს?



კვლევაში გამოიკვეთა, რომ ქართველი მომხმარებელი უპირატესობას წიგნის მალაზიებს ანიჭებს (74,9%) სასურველი წიგნის შესარჩევად. შენიშვნა: პასუხების ჯამი აჭარბებს 100%-ს, რადგან დასაშვები იყო კითხვაზე რამდენიმე პასუხის გაცემა.

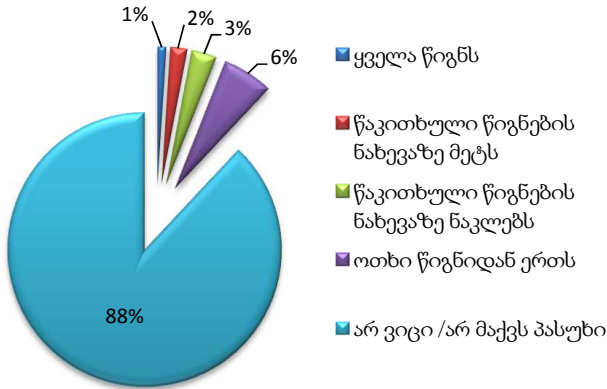
8. რა რაოდენობის წიგნებს კითხულობთ/ყიდულობთ ელექტრონული ფორმით?

სქემა 8.1. რა რაოდენობის წიგნებს კითხულობთ ელექტრონული ფორმით?



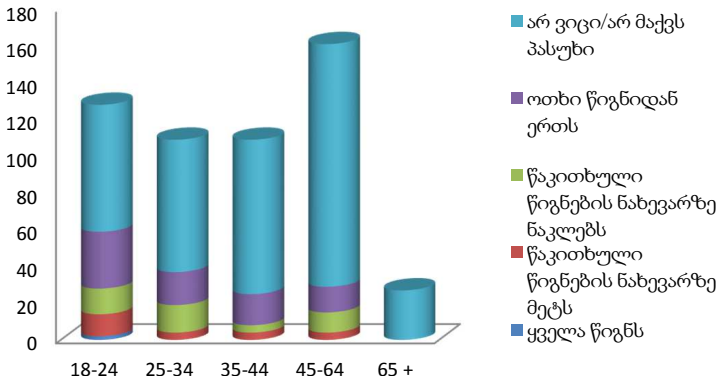
კითხვაზე, თუ რა რაოდენობის წიგნებს კითხულობენ ელექტრონული ფორმით, რესპონდენტთა მხოლოდ ნახევარმა (534 რესპონდენტი) უპასუხა. მათგან 72%-მა ამ კითხვაზე უარყოფითად უპასუხა: „არ ვიცი / არ მაქვს პასუხი“. ფოკუს ჯგუფებში გამოიკვეთა, რომ ქართველი მკითხველი კვლავ უპირატესობას ანიჭებს წიგნს, როგორც „ნაბეჭდი სახით“ / „წიგნით“.

სქემა 8.2. რა რაოდენობის წიგნებს ყიდულობთ ელექტრონული ფორმით?



კითხვაზე, თუ რა რაოდენობის წიგნებს ყიდულობთ ელექტრონული ფორმით, რესპონდენტთა მხოლოდ ნახევარმა (474 რესპონდენტი) უპასუხა. კვლევამ აჩვენა, რომ ქართველი მომხმარებლებისთვის წიგნების ელექტრონული ფორმატით სარგებლობა არაპოპულარულია.

სქემა 8.3. ასაკი X რა რაოდენობით წიგნებს კითხულობთ ელექტრონული ფორმით?

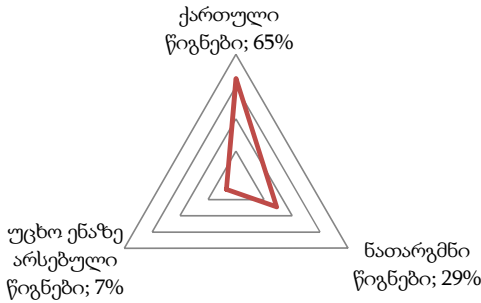


კვლევამ აჩვენა, რომ ელექტრონული წიგნების მიმართ ინტერესი ძალიან დაბალია და უფრო მეტად ახალგაზრდები თუ იყენებენ. შენიშვნა: ეს ორი ცვლადი დადებით კორელაციაშია ერთმანეთთან (პირსონის კორელაცია = 0.222⁹)

⁹ იხ. დანართი 5. კორელაცია.

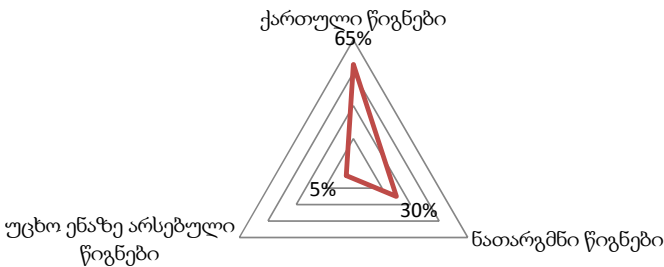
9. როგორ წიგნებს ანიჭებთ უპირატესობას კითხვის დროს/ყიდვის დროს?

სქემა 9.1. როგორ წიგნებს ანიჭებთ უპირატესობას კითხვის დროს ?



გამოკითხულ რესპონდენტთა უმეტესობა კითხვის დროს ქართულ წიგნებს (65 %) ანიჭებს უპირატესობას. მათგან მხოლოდ 29%-ს ურჩევნია ნათარგმნი წიგნები. უცხო ენაზე არსებულ წიგნებზე დაბალი მოთხოვნა ფიქსირდება.

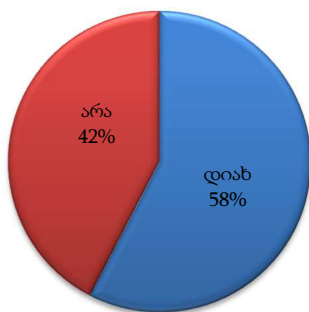
სქემა 9.2. როგორ წიგნებს ანიჭებთ უპირატესობას ყიდვის დროს ?



გამოკითხულ რესპონდენტთა უმეტესობა ყიდვის შემთხვევაშიც ქართულ წიგნებს (65 %) ანიჭებს უპირატესობას.

10. საბავშვო წიგნები

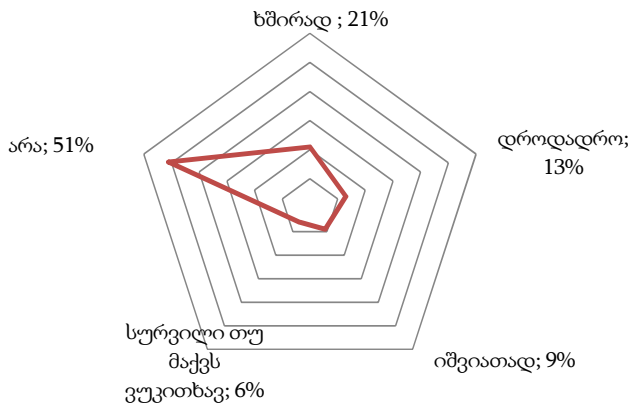
სქემა 10.1. გყავთ თუ არა ოჯახში ბავშვები?



გამოკითხულ რესპონდენტთა 58 % ოჯახში ჰყავს ბავშვი და 42 % არ ჰყავს.

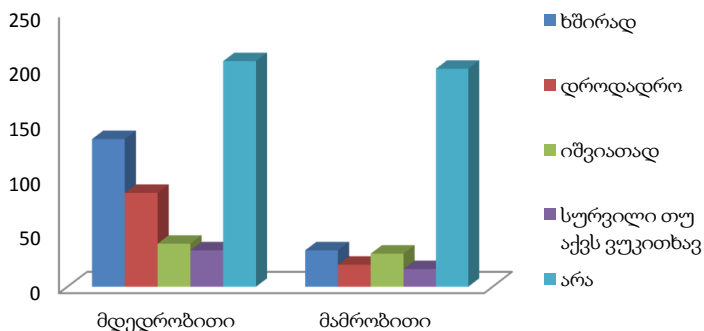
შენიშვნა: ბავშვების ასაკი : 0-12 წელი, იგულისხმება როგორც შვილები ისე შვილიშვილები, დისშვილები....

სქემა 10.2. თუ გყავთ, უკითხავთ მათ წიგნებს?



კითხვაზე უკითხავენ თუ არა წიგნებს ბავშვებს, რესპონდენტთა ნახევარმა უარყოფითად უპასუხა. მათგან მხოლოდ 21% უკითხავს ხშირად წიგნებს ბავშვებს.

სქემა 10.3. სქესი X თუ გყავთ უკითხავთ მათ წიგნებს?

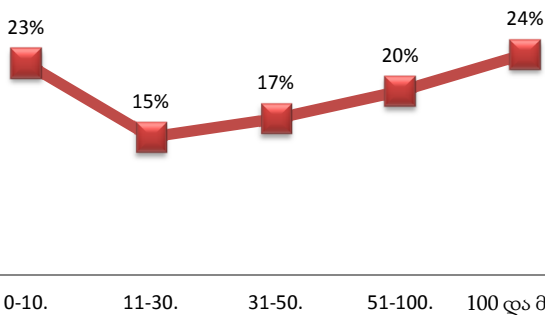


კვლევამ აჩვენა, რომ იმ რესპონდენტებს შორის, რომლებიც წიგნებს უკითხავენ ბავშვებს, ქალები უფრო აქტიურები არიან, ვიდრე მამაკაცები.

შენიშვნა: ეს ორი ცვლადი დადებით კორელაციაშია ერთმანეთთან (პირსონის კორელაცია = 0.268¹⁰)

11. ბიუჯეტი

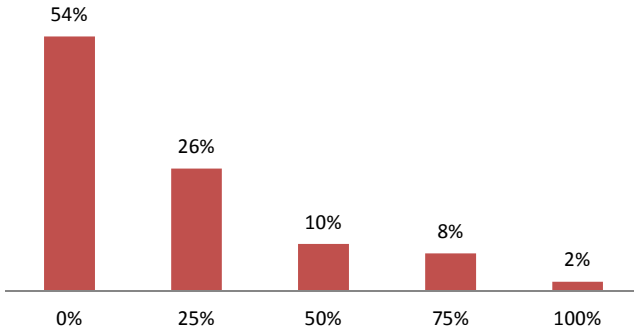
სქემა 11.1. დაახლოებით რამდენ ლარს ხარჯავთ წიგნებზე წელიწადში?



წიგნის შეძენაზე განუხლები ხარჯები თითქმის თანაბრად ნაწილდება ყველა კატეგორიაზე.

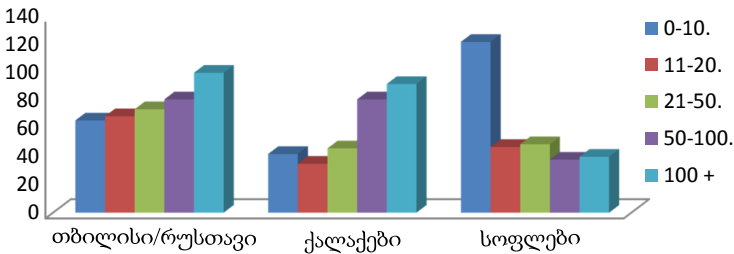
¹⁰ იხ. დანართი 5. კორელაცია.

სქემა 11.2. შექმნილი წიგნებიდან რა წილი უჭირავს საბავშვო წიგნებს?



რესპონდენტთა 54% -ის თქმით, მათ მიერ შექმნილ წიგნებში საბავშვო წიგნებს 0% უჭირავს.

სქემა 11.3. ადგილი X დაახლოებით რამდენ ლარს ხარჯავთ წიგნებზე წელიწადში?

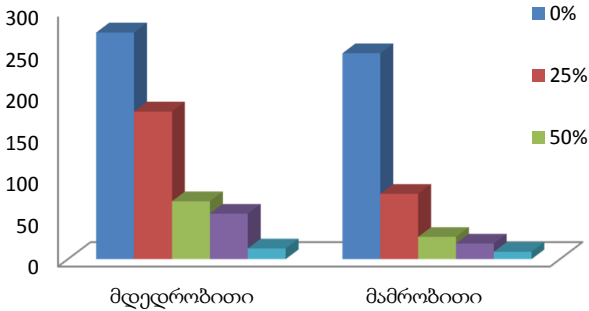


კვლევამ აჩვენა, რომ ქალაქში მცხოვრები ადამიანები (იგულისხმება როგორც დედაქალაქი, ასევე, საქართველოს დიდი ქალაქები) უფრო მეტს ხარჯავენ წიგნებზე, ვიდრე სოფლად (კვლევა მოიცავდა 4 დიდ სოფელს) მცხოვრები ადამიანები.

შენიშვნა: ეს ორი ცვლადი დადებით კორელაციაშია ერთმანეთთან (პირსონის კორელაცია = 0.121¹¹)

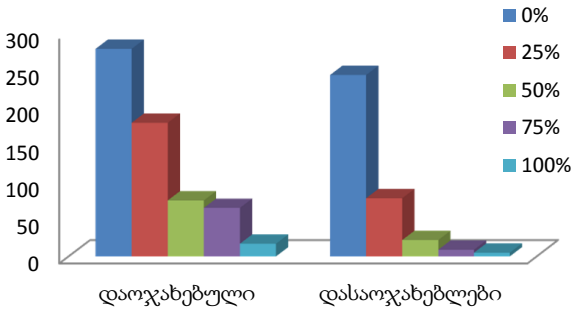
¹¹ იხ. დანართი 5. კორელაცია.

სქემა 11.4. სქესი X შექმნილი წიგნებიდან რა წილი უჭირავს საბავშვო წიგნებს?



კვლევამ აჩვენა, რომ იმ რესპონდენტებს შორის, რომლებიც საბავშვო წიგნებს ყიდულობენ, ქალები უფრო აქტიურები არიან, ვიდრე მამაკაცები.
შენიშვნა: ეს ორი ცვლადი უარყოფითი კორელაციაშია ერთმანეთთან (პირსონის კორელაცია = -0.129¹²)

სქემა 11.5. სტატუსი X შექმნილი წიგნებიდან რა წილი უჭირავს საბავშვო წიგნებს?

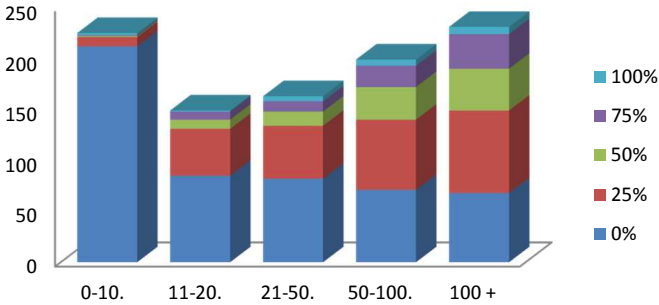


კვლევამ აჩვენა, რომ იმ რესპონდენტებს შორის, რომლებიც საბავშვო წიგნებს ყიდულობენ, დაოჯახებული ადამიანები უფრო აქტიურები არიან, ვიდრე დასაოჯახებლები.
შენიშვნა: ეს ორი ცვლადი უარყოფითი კორელაციაშია ერთმანეთთან (პირსონის კორელაცია = -0.167¹³) .

¹² იხ. დანართი 5. კორელაცია.

¹³ იხ. დანართი 5. კორელაცია.

სქემა 11.6. შექმნილი წიგნებიდან რა წილი უჭირავს საბავშვო წიგნებს? X დაახლოებით რამდენ ლარს ხარჯავთ წიგნებზე წელიწადში?



კვლევამ აჩვენა, რომ წიგნზე დახარჯული თანხის ზრდასთან ერთად საბავშვო წიგნებზე დახარჯული თანხის პროცენტული მაჩვენებელი იზრდება. თუმცა სულ რამდენიმეა ისეთი შემთხვევა, როცა რესპონდენტი მხოლოდ საბავშვო წიგნებს ყიდულობს. შენიშვნა: ეს ორი ცვლადი დადებით კორელაციაშია ერთმანეთთან (პირსონის კორელაცია = 0.426¹⁴).

¹⁴ იხ. დანართი 5. კორელაცია.

დასკვნა

მკითხველთა კვლევამ საკმაოდ ფართო არეალი მოიცვა. იგი ზოგადი ტენდენციების გამოვლენაზე იყო ორიენტირებული. გარკვეულმა საკითხებმა, რომლებიც კვლევის დროს გამოიკვეთა, ნათელი სურათის შესაქმნელად დამატებით კვლევას საჭიროებს;

კვლევის ფარგლებში ხაზი გაესვა ისეთ მნიშვნელოვან ფაქტორს, როგორცაა მომხმარებლისათვის ინფორმაციის მიწოდების გაუმჯობესება (მიმდინარე ღონისძიებებსა და აქციებზე დროული ინფორმაციის გავრცელება). საჭიროა გამომცემლობების მხრიდან ამ საკითხზე ყურადღების გამახვილება;

მკითხველთა მხრიდან დიდი დაინტერესება გამოიკვეთა არამარტო წიგნის ფასზე, არამედ მისი ხარისხის გაუმჯობესებაზე (ვიზუალური მხარე, დასურათება და შრიფტი). აღნიშნული საკითხი საჭიროებს ერთობლივ მუშობას და ერთიანი ბაზების შექმნას, საგამომცემლო საქმიანობის შემდგომი განვითარების მიზნით;

დამატებით კვლევას საჭიროებს E-book-ის მომხმარებლის კვლევა. მართალია, ამ ეტაპზე იკვეთება, რომ ელექტრონულ წიგნებს არ ჰყავს მომხმარებელი, მაგრამ ეს საკითხი უფრო ჩაღრმავებულ კვლევას საჭიროებს, რათა დადგინდეს ყველა ის ბარიერი, ხელისშემშლელი ფაქტორი და მიზეზი, რომელიც მომხმარებელს ხელს უშლის ელექტრონული წიგნებით სარგებლობაში;

ახალი ტენდენციების და სხვადასხვა პერიოდის მონაცემების ერთმანეთთან შედარების მიზნით მკითხველთა კვლევამ ყოველწლიური, პერმანენტული სახე უნდა მიიღოს.

რესპონდენტების რეკომენდაციები

რეკომენდაციები	აღწერა
ხელმისაწვდომი ფასი	„ხელმისაწვდომი ფასები“
ფასდაკლება	„ფასდაკლება“/„ნაკლები ფასი“/„იაფი“
ნიგნის ხარისხი პოლიგრაფია	<p>„თარგმანის დონე გააუმჯობესონ“; „ნიგნის ხარისხი/არ იშლებოდეს“; „შეფუთვა უკეთესად და კარგად“; „უფრო გასაგები და ხარისხიანი შრიფტით ბეჭდონ/დიდი ზომის შრიფტი“ ; „გააუმჯობესონ ვიზუალური მხარე, კარგი ილუსტრაციები“; „ნიგნი იყოს მაგარ ყდიანი“; „ფურცლის ხარისხი/ფერი“; „პოლიგრაფიული მაღალი დონე“; „ძირითადად ფასდაკლებები უხარისხო ნიგნებზე გამოიტანონ ხარისხიანი ნიგნები“.</p>
მოთხოვნა ნიგნების გამოცემაზე	<p>„შემეცნებითი“; „ქართულ-სვანურ-აფხაზურ-მეგრული ლექსიკონი“; „მუსიკალური ნიგნები“; „ფსიქოლოგიურ-სოციოლოგიური ნიგნები“; „მექანიკური“; „სერიული გამოცემები (ქართველი მწერელები)“; „კინოდოკუმენტაციაზე“; „ნიგნები ბიზნესზე და ეკონომიკაზე“; „ძველი მწერლების ნიგნები“; „სამეცნიერი ნიგნები“; „ისტორიული ნიგნები“; „ახალი გამოცემები“; „სპორტული ნიგნების გამოცემა“; „ქართული ნიგნების გამოცემა (მწერლების/კლასიკოსების)“; „რელიგიური ნიგნები“; „დეტექტივები“; „ხელოვნებისა და არქიტექტურული ნიგნების გამოცემა“; „ბევრი მხატვრული ლიტერატურის გამოცემა“; „უცხოური ნათარგმნი ნიგნები“; „თანამადროვე ლიტერატურა“; „ენციკლოპედიები“; „რუსულენოვანი ნიგნები“; „საინტერესო და ორიგინალური ნიგნები“; „მრავალფეროვანი ლიტერატურა“.</p>
პიარი/რეკლამა/ ინფორმირებულობა	<p>„რეკლამა/პიარი/ ახალგაზრდებისთვის ნიგნის აგიტაცია სხვადასხვა ხერხებით“; „დროული ინფორმაცია მიენოდოს მომხმარებელს რაიმე აქციის შესახებ“; „გაიმართოს შეხვედრები მწერლებთან“; „ხშირად იყოს ნიგნის პრეზენტაციები და რეკლამა“.</p>

საბავშვო წიგნები	„საბავშვო წიგნები გამოიცას უფრო ხარისხიანი ნახატებით/ გაფორმებით და შესაბამისი ნათარგმნით“; „დაბალი ფასი საბავშვო წიგნებზე“; „საბავშვო წიგნები შინაარსობრივად არის განულილი“.
რეკომენდაციები მალაზიებს	„მალაზიებში ყველანაირი სერვისის განვითარება“; „უკეთესი მომსახურება/ კონსულტაცია/ გამყიდველის რეკომენდაცია“; „გაიხსნას მეტი წიგნის მალაზიები“; „მალაზიები მიმზიდველი იყოს მკითხველთათვის/იყოს სამკითხველო დარბაზები“; „ხშირად განაახლონ მალაზიის თაროები“; „მალაზიებში წიგნები განლაგებული იყოს ასაკის მიხედვით“.
სასკოლო წიგნები	„დაბალი ფასი სასკოლო წიგნებზე“; „სასკოლო სახელმძღვანელოები გაიყიდოს წიგნის მალაზიებში“; „მეტი რაოდენობით გამოიტანონ ფასდაკლებებზე სასწავლო ლიტერატურა“.
„მომწონს ყველაფერი“	„მომწონს ყველაფერი, წიგნის ფასიც და ხარისხიც შესაბამისია“.
სხვა	„პედაგოგებს შეეძლოთ პროფესიული წიგნის გამოწერა“; „ნუ არჩევენ წიგნებს „მოდურობის“ მიხედვით, იკვლიონ რეალური მომხარებლის მოთხოვნები“; „გადასცენ ბიბლიოთეკებს მეტი თანამედროვე წიგნები“; „ყურადღება მიექცეს ლიტერატურულ ღირებულებებს და არ იყოს ფოკუსირებული კომერციაზე“; „პრიორიტეტი მიანიჭონ ქართველ ავტორებს და არა უცხოელს“; „ნიჭიერ მწერლებს და პოეტებს დაეხმარონ წიგნის გამოცემაში“; „ზოგ წიგნს ტყუილად უშვებენ და ტყის რესუსს არ უფრთხილდებიან“; „რუსთავეში გაიხსნა ლიტერატურტული კაფე“; „სოფელში გვემსახუროდეს ფოსტა წიგნების გამოსაწერად“; „ადაპტირებული საზოგადოებისთვის“; „ჟანრის განსაზღვრა ყველა დონის მკითხველთათვის“; „ნუ გაზრდით ფიქსირებულ სერიულ გამოცემებს“.

გიორგი კეკელიძე

საქართველოს პარლამენტის ეროვნული ბიბლიოთეკის
გენერალური დირექტორი

კვლევის ზოგადი ანალიზი. დასკვნა

Experto-ს მიერ ჩატარებული კვლევა, საბოლოო ჯამში, შეიძლება დადებითად შეფასდეს - მოცემულ ანალიზში მეტ-ნაკლებად გამოიკვეთა ის ძირითადი მიმართულებები, პრობლემები და პოზიტივები, რაც ქართულ წიგნის ბაზარს ახასიათებს.

ცხადია, კვლევას აქვს ხარვეზები. პირველი, ჩემი აზრით, ახლო წარსულზე ნაკლები კონცენტრაციაა - საქართველოში წიგნისა და მისი მკითხველის კვლევისას აუცილებლად უნდა გავითვალისწინოთ ერთი მნიშვნელოვანი გარემოება: ქვეყანა სულ რაღაც ორი ათწლეულის წინ საბჭოთა კავშირის შემადგენლობაში იმყოფებოდა. მიუხედავად ახალი თაობის მოსვლისა, ის ინერცია, რომელიც გასული საუკუნის ოთხმოცდაათიან წლებში ახასიათებდა ამ ბაზარს, დღესაც იგრძნობა და თუ არა - საქმე ქვეყნისთვის სრულიად ახალ ტენდენციასთან გვაქვს. პირველი და მეორე მიზეზიც ცალკე კვლევას საჭიროებს. საგულისხმოა, რომ საბჭოთა საქართველოს პერიოდში წიგნების გაყიდვის მაღალი პროცენტული მონაცემები ეყრდნობოდა რამდენიმე, კონკრეტულ მიზეზს: მიუხედავად ტირაჟის სიდიდისა, გამოიცემოდა არც თუ ბევრი ახალი წიგნი, ასევე - წიგნის ყიდვის მოტივაცია იყო განსხვავებული - ის ხშირად ერთგვარად თავისმონონებელ წივთს უფრო წარმოადგენდა, რომლითაც კარადა უნდა გამოგვესო, ვიდრე იმ ფუნქციის მატარებელს, რაც რეალურად აქვს. შესაბამისად, მეტოფორულად, ქართველი კრიტიკოსების ის მცირე ნაწილი, რომელიც ამ თემას ეხება, გამოყოფს: მყიდველის და მკითხველის ფენომენს, როგორც განსხვავებულ მოვლენებს. ცხადია, ბაზარს და სტატისტიკას დიდად არ აინტერესებს, ნაიკითხა თუ არა ადამიანი წიგნი ყიდვის შემდეგ, მაგრამ ზემოხსენებული დამოკიდებულება საქართველოს დამოუკიდებლობის პერიოდში აქტუალური გახდა. სოციალურმა გაჭივრებამ მოქალაქეს მოაკლო ფუფუნება, წიგნი დეკორის მიზნით შეიძინა. გამოიკვეთა წიგნის

„ნამდვილი“ მკითხველის ფენა. გასათვალისწინებელია ისიც, რომ გასული საუკუნის ოთხმოცდაათიანი წლების შემდეგ შეინიშნება წიგნის ბაზრის მკვეთრი ზრდა. ამ თვალსაზრისით, საქართველო კავკასიაში ლიდერი ქვეყანაა. საინტერესო იქნებოდა მცირე პრენალიზი, თუ რამ გამოიწვია პროგრესი და როგორ აისახებოდა ის ქალაქსა და სოფელში.

კვლევის მეთოდოლოგია სწორი კუთხით დაიგეგმა და წარიმართა. ისეთ ქვეყნებში, როგორც საქართველო, მიუხედავად უკვე დაგროვებული გამოცდილების მიუხედავად, ამ თვალსაზრისით გარკვეულ წინააღმდეგობებს, ზერელე დამოკიდებულებას ვაწყდებით. ამიტომაც, როგორც წესი, შედარებით ხანგრძლივი ინტერვიუები უფრო მეტი შედეგის მომცემია, ვიდრე მოკლე სატელეფონო თუ ა.შ. ტესტ-ზარები. სწორად იყო შერჩეული კვლევის არეალი - ურბანული სივრცე და დიდი სოფლები. თუმცა შედეგებმა აჩვენა, რომ ურიგო არ იქნებოდა მცირე დასახლებების გამოკითხვა. დიდ სოფლებს მაინც მეტი ბმა აქვთ ქალაქებთან და გარკვეულწილად იქ მიმდინარე მოვლენები, შედარებით გვიან, მაგრამ მაინც აისახება. სამიზნე, ე.წ. ფოკუს-ჯგუფების შერჩევაც სწორი კუთხით მოხდა.

კითხვაში, თუ რა სახის წიგნს კითხულობთ ყველაზე მეტად, ამ გადასახედიდან მხატვრული ლიტერატურის და დეტექტივის გამოყოფა მცდარად მეჩვენება. საინტერესოა, რომ მათი გაერთიანების შემთხვევაში, თითოეულის პროცენტების გათვალისწინებით (1 – 68.2 %, 2 = 40.9%), გაცილებით შთამბეჭდავი პროცენტი გამოვიდოდა.

წიგნის შერჩევის ფაქტორების გამოვლენისას ცოტა საეჭვოდ მეჩვენება წიგნის შინაარსის ასე მაღალი (84) და მოდურობის დაბალი (8.7) პროცენტი. მონაცემი შეიძლება ბიბლიოფილისთვის სასიამოვნო შედეგი იყოს, მაგრამ რეალობა, ალბათ, მაინც სხვა მიმართულებით იხრება. ბუნებრივია, ამას მსგავსი კვლევების გაგრძელება და გაფართოება დააზუსტებს.

ამ გადასახედიდან, ცოტა ბუნდოვან პუნქტად მომეჩვენა „ვირჩევ თავად“, კითხვაზე „რა გიბიძგებთ წიგნის წაკითხვისკენ“. მაღალმა პროცენტმა (91.5) გვაჩვენა, რომ რესპოდენტმა ამ პასუხში ბევრი ფაქტორი გააერთიანეს. „თავად არჩევის“ მომენტი, ცხადია, არაერთ განმარტებულ მიზეზს მოიცავს.

საინტერესოა კითხვის (რა მიზნით ყიდულობთ წიგნებს) პასუხები. აქ პროცენტული წილი თითქმის თანაბარია (პასუხები - ინტერესი, ცოდნის გაღრმავება, ბიბლიოთეკის გამდიდრება,

სიამოვნება, სასაჩუქრე). ეს იმის მანიშნებელია, რომ ადამიანი საკუთარი ფულით შექნილი პროდუქტის მრავალმხრივ გამოყენებას ცდილობს, ანუ მისთვის ძვირფასია.

წიგნების კითხვის და ყიდვის სიხშირე, რომელიც გამოკითხვამ დაადგინა, ჩემი აზრით რეალობასთან ახლოს არის.

ალბათ კითხვისას - სად კითხულობთ წიგნებს? სახლში და ინტერნეტში(ელექტრონული წიგნები) ცალკე პუნქტად გამოყოფა მაინც არასწორი გადაწყვეტილება იყო. დიდი ალბათობით, პასუხები ერთმანეთს არ გამოორიცხავს. თანაც ინტერნეტი და ელექტრონული წიგნები, ალბათ ცალ-ცალკე ჯობდა გამოგვეტანა.

წიგნის შექმნის ადგილებში ბაზრობის მაღალმა პროცენტმა (19.4) გვაჩვენა, რომ ამგვარი ფესტივალების და გამოფენა-გაყიდვების მოწყობა მნიშვნელოვანია და უფრო გააქტიურებას საჭიროებს.

კვლევამ გამოავლინა, რომ ელექტრონული წიგნები ქვეყანაში ჯერ პოპულარული არ არის. ამას რამდენიმე ფაქტორი განსაზღვრავს. მოქალაქე უფრო ხის ერთჯერადი შედარებით დიდი თანხის გადახდას, მიუხედავად იმისა, რომ საბოლოოდ ნაკლები დაეხარჯება. მთავარი მიზეზი, ალბათ, ბეჭდურ წიგნთან საშუალო და უფროსი თაობის საკრალური დამოკიდებულებაა. ეს კონფლიქტი ადრე თუ გვიან მოგვარდება, თუმცა წიგნის ბაზრის ხვედრით წილზე, ალბათ რაღაც პერიოდი აისახება. მიუხედავად ამისა, ქართულ სივრცეში უკვე გამოჩნდა რამდენიმე ბრენდი, რომელიც ცდილობს ელექტრონული წიგნები და მაღაზიები ჩვენი ბაზრის ორგანულ შემადგენელ ნაწილად აქციოს. სადღაც 10 წელიწადში ამ თვალსაზრისით ძალიან მკვეთრი ნიშნები გამოიკვეთება.

კვლევის შედეგები დიდწილად სანდოა, როცა საკითხი ეხება, თუ რომელ ენაზე და რომელი ქვეყნის ლიტერატურას კითხულობენ საქართველოს მცხოვრებლები. ამას გარკვეულწილად ბიბლიოთეკების გამოცდილებაც ადასტურებს. მკითხველი, რომელიც ორიგინალურ ენაზე ეცნობა ლიტერატურას, ტრადიციულად ცოტაა. ქართულ წიგნებში კი ალბათ უფრო კლასიკური ლიტერატურა იგულისხმება (საინტერესო იქნებოდა კითხვის უფრო დიფერენცირებულად დასმაც - თუ რომელი პერიოდის ქართულ ტექსტებს კითხულობენ).

კვლევის შედეგები სარწმუნოა, როცა საბავშვო გამოცემათა უპირატესობაზე მიუთითებენ. საინტერესოა, რომ საბავშვო გამოცემებს ის კატეგორიაც აქტიურად მოიხმარს, რომელიც დასაოჯახებელია ანუ, როგორც წესი, შვილი არ ჰყავს.

ჩემი აზრით, კვლევის დასკვნაში მოცემული მკითხველთა მოთხოვნები მაინც ფრაგმენტულია და გაცილებით სკურპულოზურ მუშაობას საჭიროებს - რამდენადაც, მაგალითად „ქართულ-სვანურ-აფხაზურ-მეგრული ლექსიკონი“ მაინც სპეციფიკური მკითხველის ინტერესს მოიცავს, ხოლო ვთქვათ „თანამედროვე ლიტერატურა“ - ძალიან ზოგადია. კვლევის გაგრძელების შემთხვევაში ამგვარ ნიუანსებს მეტი ყურადღება უნდა მიექცეს.

საინტერესო მოქალაქის ბიუჯეტის ნაწილი, რომელიც ყოველთვიურად წიგნისთვისაა გადადებული. ამ მხრივ მეტნაკლებად ცხადი მოცემულობა ახალგაზრდების შემთხვევაში გვაქვს. ეს ალბათ სტუდენტური ცხოვრებით უფროა განპირობებული, რადგან ზედა ასაკობრივ ჯგუფებში წიგნს უფრო სპონტანურად შეიძენენ. ცხადია, არსებობს გამონაკლისებიც, მაგრამ მათი რიცხვი სტატისტიკისთვის ძალიან უმნიშვნელოა.

ჩემთვის, როგორც ბიბლიოთეკის წარმომადგენლისთვის, მნიშვნელოვანია ის გარემოება, რომ მკითხველები ბიბლიოთეკას არაკომფორტული გარემოს გამო იშვიათად აკითხავენ. ეს საქართველოს მნიშვნელოვნად განასხვავებს განვითარებული ქვეყნებისგან.

ცალკე საკითხია წიგნის მალაზიები და მომსახურების თემა. როგორც კვლევიდან ჩანს, მკითხველი დიდ მნიშვნელობას ანიჭებს პერსონალს, შერჩევისას კონსულტაცია და ა.შ. სამუშაო ამ თვალსაზრისით ბევრია.

თუ არ ჩავთვლით ბიბლიოთეკებსა და ელექტრონული წიგნების ნაწილს, კვლევის მიხედვით, მოცემული შედეგები დიდწილად ემთხვევა მსოფლიოში არსებულ სტატისტიკათა ტენდენციებს. კვლევა, ცხადია გაგრძელებას საჭიროებს. იმ ხარვეზების გათვალისწინებით, რომელიც **experto**-ს ანგარიშს აქვს, შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ ეს მხოლოდ ზოგადი მოცემულობის გამოვლენის მცდელობა. სამომავლოდ უფრო ცხადი სურათის მიღებისთვის კონტექსტის მეტი გათვალისწინება, პრობლემის თემატიზაცია და გამჭვირვალობა საჭიროა.

მაშო სამადაშვილი

მკითხველთა კვლევა საქართველოში

მკითხველთა პირველი კვლევა თავისთავად მისასაღმებელი და დადებითი მოვლენაა, რომელსაც შეუძლია გვაჩვენოს საერთო სურათი, რომელსაც ცალკეულ შემთხვევებში მხოლოდ ფრაგმენტულად ვხვდებით და გავიაზრებთ. აქვე უნდა ითქვას, რომ ამ კვლევით მიღებული შედეგები, მეტ-ნაკლებად მოსალოდნელი იყო, თუმცა არის რამდენიმე საკითხი, რომელიც განსაკუთრებით საინტერესოდ მომეჩვენა და მათ განხილვას ქვემოთ შევეცდები.

პირველ რიგში, უნდა აღინიშნოს ტენდენცია, რომელმაც უკვე საფუძვლიანად მოიკიდა ფეხი - ქართველი მკითხველი ყველაზე აქტიურად მხატვრულ ლიტერატურასკითხულობს, თუმცა ამ ფონზეც კი 68 % ძალიან დიდ რიცხვად მეჩვენება და ცოტა საგანგაშოც კია, რომ პროფესიულ და შემეცნებით ლიტერატურაზე მოთხოვნა დაბალია, რომ აღარაფერი ვთქვათ არამხატვრულ ლიტერატურაზე, რომელიც, ფაქტობრივად არ გამოიცემა.

მეორე საინტერესო საკითხია, “მოდური ლიტერატურა”, რომელზეც კვლევაშია საუბარი და რომელიც დღეს ქართველ მკითხველს ნამდვილად იზიდავს, ასეთი მაგალითების მოხმობა უხვად შეიძლება, თუნდაც ორჰან ფამუქი გავიხსენოთ, რომლის რომანებიც საოცარი სისწრაფით ითარგმნება, (დღემდე ქართულად მისი შვიდი რომანია თარგმნილი) და მას ქართველი მკითხველი დიდი ინტერესით კითხულობს.

ერთ-ერთ საკვანძო საკითხად მეჩვენება, ის, რომ ძალიან მაღალი მოთხოვნაა ქართულენოვან ნიგნებზე (65 %), როგორც თარგმნილი პროზის, ისე ორიგინალური ლიტერატურის თვალსაზრისით. ქართველ მკითხველთა უმრავლესობა მხოლოდ ქართულ ენაზე კითხულობს და მისი ჩართვა მსოფლიო ლიტერატურის მიმდინარე პროცესებში მხოლოდ ამა თუ იმ გამომცემლის სურვილზეა დამოკიდებული.

უნდა ითქვას, კიდევ ერთი ტენდენციის შესახებ - მაშინ როცა მთელი მსოფლიო ონლაინ-ნიგნების კითხვაზე გადაერთო,

ქართველი მკითხველი ერთგულად აგრძელებს ნაბეჭდი წიგნის მოხმარებას, რასაც მკითხველთა 72 % ადასტურებს, რომელსაც კითხვაზე - “რა რაოდენობის წიგნებს კითხულობთ ელექტრონული ფორმით?” - პასუხი არ აქვს.

კვლევიდან ვიგებთ, რომ მკითხველთა 27% ამბობს, რომ თვეში რამდენიმე წიგნს კითხულობს, 31 % კი წიგნებს თვეში რამდენჯერმე ყიდულობს. გამომცემლებისგან მსმენია, რომ საცალო გაყიდვები ჯერ კიდევ არ არის წიგნის კითხვის კოეფიციენტის პროპორციული, მითუმეტეს, კვლევის თვისობრივ ნაწილში დასტურდება, რომ მკითხველი ხშირად თხოულობს და ისე კითხულობს წიგნს, თუმცა როგორც რამდენიმე ხნის წინ ბაკურ სულაკაურმა აღნიშნა, ბოლო წლებში 10-ჯერ მეტი წიგნი იყიდება, ვიდრე საუკუნის დასაწყისში, რაც, უთუოდ, წიგნის კითხვისა და ყიდვის კულტურის ზრდაზე მიუთითებს.

როგორც კვლევიდან ჩანს, მკითხველი წიგნის შეძენისას, ერთ-ერთ მნიშვნელოვან კომპონენტად ფასს ასახელებს, რაც, ამავდროულად, მკითხველთა ერთ-ერთი ძირითადი პრეტენზიის საგანიცაა. მართალია, წიგნების გარკვეული ნაწილი მართლაც ძვირი ღირს, მაგრამ იმის დავიწყებაც არ შეიძლება, რომ ბოლო დროს გამომცემლები ევროპულ პრაქტიკას მიმართავენ და მეორე, რბილყდიან ვერსიას გამოსცემენ. თუნდაც უმბერტო ეკოს “ვარდის სახელი” გავიხსენოთ, რომელიც თავდაპირველად 29.90 ლარი ღირდა, მისი მეორე გამოცემა კი 15.90 ლარი. ასევე, ფასებთან დაკავშირებული პრობემების გადაჭრის მცდელობა მგონია, ბაკურ სულაკაურის გამომცემლობის მიდგომა - მათი წიგნებს ფიქსირებული ფასი აქვს.

მკითხველთა შენიშვნა/სურვილი, რომ ქართველი გამომცემლები კომერციული ლიტერატურას მეტად ბეჭდავენ, ვიდრე ნამდვილად ღირებულ ლიტერატურას, ნაწილობრივ სამართლიანია, რადგან ასეთი შენიშვნა მეც გამჩენია, თუმცა XXI საუკუნეში არ უნდა დაგვავიწყდეს, რომ წიგნის გამოცემა ისეთივე ბიზნესია, როგორც ყველა სხვა დანარჩენი და გამოსაცემი ლიტერატურის შერჩევისას გამომცემლები ბაზრის მოთხოვნილებებს ითვალისწინებენ. ასევე აღსანიშნავია, რომ სწორედ წარმატებული კომერციული პროექტების მეშვეობით ხდება შესაძლებელი, ნამდვილად ხარისხიანი ლიტერატურის ბეჭდვა.

აქვე შეიძლება შევეხოთ ბიბლიოთეკის საკითხს, როგორც ჩანს ქართველი მკითხველის დიდ ნაწილს, ბიბლიოთეკაში კითხვა

არ იზიდავს და მიზეზად არაკომფორტულ გარემოს ასახელებს, თუმცა უნდა ითქვას, რომ დღეს საჯარო ბიბლიოთეკა საკმაოდ კომფორტული სივრცეა და ვერც უნივერსიტეტების ბიბლიოთეკებს “დავწამებთ” არაკომფორტულობას.

ჩემი აზრით, ობიექტური მიზეზი, რატომ აღარ კითხულობენ ადამიანები ბიბლიოთეკაში - დროა, დრო, რომელიც ყველას შეზღუდული აქვს, ამიტომ სამსახურში ან ტრანსპორტში თუნდაც 15 წუთი კითხვა დაკავებულ ადამიანს უფრო ოპტიმალურად ეჩვენება, ვიდრე ბიბლიოთეკის დარბაზში გატარებული რამდენიმე საათი.

და ბოლოს უნდა აღინიშნოს მკითხველთა სურვილის შესახებ, სოფლები უფრო უკეთ იყოს მომარაგებული თანამედროვე წიგნებით, ვიდრე დღეს არის. როგორც მთლიანად კვლევებიდან ჩანს, ყველა კომპონენტში სოფელს ქალაქი სჯობნის, როგორც წიგნის კითხვის, ისე გაყიდვის თვალსაზრისით, ამას ემატება ისიც, რომ სოფლებში არ არის არათუ მაღალი, არამედ საშუალო დონის ბიბლიოთეკები და დედაქალაქის გარეთ მცხოვრებ მკითხველს თანამედროვე ლიტერატურაში მიმდინარე პროცესებზე ხშირად წარმოდგენაც არ აქვს. ვფიქრობ, ეს ერთ-ერთი ყველაზე პრობლემური საკითხია და მის გადაჭრაზე გამომცემლებთან ერთად, სახელმწიფომ უნდა იზრუნოს.

მთლიანობაში, კვლევა დადებით შეიძლება შეფასდეს, რადგან ეს ერთ-ერთი პირველი მცდელობაა, ამ სფეროში არსებული პრობლემები სიღრმისეულად იყოს გააზრებული და არგუმენტირებულად დასაბუთებული, სწორედ ამიტომ მგონია, რომ საკითხებმა, რომლებზეც აქტიურად მსჯელობდნენ სხვადასხვა კულუარულ წრეებში, სულ სხვა, გაცილებით ფართო დისკურსი შეიძინა.

პაატა პაპავა

კომენტარი საქართველოში მკითხველთა კვლევის შედეგებზე

პირველ რიგში, კვლევის აქტუალობას შევხები. საგამომცემლო სექტორის განვითარებაც და საზოგადოებაში ნიგნიერების დონის ამაღლებაც მნიშვნელოვნად არის დამოკიდებული მკითხველთა „ნიგნიერ“ ქცევებსა და ჩვევებზე. მკითხველთა საზოგადოების საჭიროებათა დაკმაყოფილებისა და გემოვნების ჩამოყალიბებისთვის მართლაც აქტუალურია იმის ცოდნა, თუ რა ტიპის ლიტერატურას, რა სიხშირით, რა რაოდენობით და რა მიზნით კითხულობენ მისი წევრები. არანაკლებ აქტუალურია იმის ცოდნაც, თუ რატომ არ კითხულობენ ადამიანები ან რატომ იკავებენ თავს ნიგნის მალაზიაში შესვლისგან. სასურველია, ასეთი მასშტაბური კვლევები გარკვეული რეგულარობით ჩატარდეს, რათა გამოიკვეთოს კონკრეტული ტენდენციები და მათზე ზემოქმედების საშუალებები. თუ გავიხსენებთ, რომ კითხვა სოციალური მობილობისა და შეჭიდულობის ერთ-ერთ მძლავრ საშუალებადაა აღიარებული, ვფიქრობ, ამ ტიპის კვლევის შედეგები სასარგებლოა არა მხოლოდ საგამომცემლო ბაზრის გააქტიურებით დაინტერესებული პირებისთვის, არამედ სამთავრობო და არასამთავრობო სექტორის წარმომადგენლებისთვისაც. ქვემოთ ჩამოვყალიბებ რამდენიმე მოსაზრებას, რომელიც კვლევის შედეგების გაცნობის დროს გამიჩნდა.

მოცემული კვლევა გვეხმარება საქართველოში მკითხველის, როგორც ნიგნის მომხმარებელი სუბიექტის, ჩვევების დადგენაში. ამ თვალსაზრისით კვლევის ძირითადი დასკვნებისა და რეკომენდაციების გათვალისწინება მეტად სასარგებლო იქნება საგამომცემლო სექტორის ეფექტური განვითარებისათვის. მაგალითად, კვლევა ცალსახად მიგვანიშნებს, რომ მეტი ყურადღება უნდა მიექცეს საინფორმაციო-შემეცნებითი ლიტერატურისა და ელექტრონული ნიგნების პოპულარიზაციას, ნიგნების

¹ კითხვადობა - ნიგნის/ტექსტის შინაარსობრივი, ენობრივი და გარეგნული მახასიათებლების კომპლექსური ერთობლიობა, რომელიც განსაზღვრავს ნიგნის/ტექსტის აღქმისა და გაგება-გააზრების სირთულეს.

„კითხვადობის“ გაუმჯობესებას, რაიონებში მოსახლეობის ინფორმირებას და წიგნების ხელმისაწვდომობის ზრდას, ბავშვებისათვის წიგნების წაკითხვის კულტურის დანერგვას და ა. შ.

ბოლო ათწლეულების განმავლობაში ჩატარებული კვლევები ხაზს უსვამს კითხვასთან დაკავშირებულ ჩვევებსა და შესაბამის ქცევებზე რამდენიმე ფაქტორის განსაკუთრებულ გავლენას. კერძოდ, სასურველია, კვლევის დაგეგმვისა და თვისობრივი ანალიზის ფაზაზე, გათვალისწინებულ იქნას შემდეგი საკითხები:

- როგორია საქართველოს მოსახლეობაში კითხვის მოტივაცია და რა ძირითადი ფაქტორები ზემოქმედებს მასზე;
- როგორია საქართველოში კითხვისადმი (წიგნებისადმი) დამოკიდებულება და რა განაპირობებს ამ დამოკიდებულებებს;
- როგორ აღიქვამენ ჩვენი მოქალაქეები საკუთარ თავს, როგორც მკითხველები (რამდენად თავდაჯერებული მკითხველები არიან) და რა განაპირობებს ამ თვითაქლქმას;
- არსებობს თუ არა „უფსკრული“ მკითხველებსა და არამკითხველებს შორის, რა განაპირობებს ამ „უფსკრულის“ არსებობას და რამდენად განაპირობებს მის არსებობას მოსახლეობის სოციო-ეკონომიკური სტატუსი.

მოცემული კვლევა კიდევ ერთხელ ადასტურებს, რომ კითხვის მოტივაციას რამდენიმე ძირითადი ფაქტორი განაპირობებს. მათ შორისაა „კარგი წიგნების“ არჩევანი და ახლობლების გამოცდილება. ამ მხრივ, კვლევა იძლევა სასარგებლო მონაცემებისა და დასკვნების გამოტანის საშუალებას.

მეოცე საუკუნეში კითხვასთან დაკავშირებული კვლევების არეალი საგრძნობლად გაფართოვდა და ფსიქოლინგვისტიკის, სოციოლინგვისტიკის, ნეიროფიზიოლოგიისა და განათლების მეცნიერებათა მიჯნაზე დამოუკიდებელ დარგად ჩამოყალიბდა. ამიტომ ვფიქრობ, რომ ფოკუს-ჯგუფების დაგეგმვის დროს სასურველია „კითხვის სპეციალისტის“ მონაწილეობის გათვალისწინება. მართალია, ასეთი სპეციალობა საქართველოში ჯერჯერობით არ შედის ეროვნული საკვალიფიკაციო ჩარჩოს სპეციალობათა ნუსხაში, მაგრამ გვყავს სპეციალისტები, რომლებსაც შეუძლიათ საკუთარი, უნიკალური პერსპექტივა შეიტანონ კვლევის შინაარსში. ვინაიდან კვლევა დამწყები მკითხველების სამიზნე ჯგუფსაც მოიცავს, სასურველია ფოკუს-ჯგუფში ჩაერთოს

კითხვის სწავლება-სწავლის ექსპერტიც.
მიმაჩნია, რომ კვლევამ უნდა მოიცვას ეთნიკურ უმცირესობათა წარმომადგენლებით დასახლებული რეგიონებიც. ამ რეგიონების მოსახლეობის ინტეგრირება ქვეყნის სოციო-ეკონომიკურ და კულტურულ განვითარებაში ძალიან აქტუალურია. ამიტომ სასურველია, მეტი ინფორმაცია დაგვიგროვდეს იმის შესახებ, თუ რა პრობლემები და დაკვეთები აქვთ ამ რეგიონებში მცხოვრებ პირებს.

ჩემი აზრით, ერთ-ერთი მთავარი ფაქტორი, რომელიც ამ ტიპის კვლევამ სათანადოდ უნდა გაარკვიოს, კითხვისადმი დამოკიდებულებაა. ჩვენ ვცხოვრობთ საზოგადოებაში, სადაც ბევრი ადამიანი (განსაკუთრებით მოზარდები და ახალგაზრდა ვაჟები) კითხვას სისუსტედ, დროის უსარგებლო ფლანგვად, ზოგჯერ სახიფათო გატაცებადაც კი მიიჩნევენ. ამის გამო, ბევრი მოქალაქე თავს იკავებს წიგნის საზოგადოებრივი თავშეყრის ადგილას წაკითხვისგან, წიგნების მაღაზიაში შესვლისგან და ა. შ. ირიბად თუ პირდაპირ, სწორედ ამ შემთხვევებში იმპულსების აღმოფხვრისკენაა ხშირად მიმართული კომერციული, სამთავრობო და არაკომერციული ორგანიზაციების „წიგნიერი“ აქციები, საზოგადოებრივი კამპანიები. სასურველია, რომ ამ ტიპის კვლევამ ხელიდან არ გაუშვას მოსახლეობის კითხვისადმი დამოკიდებულების გამოვლენის შესაძლებლობა.

მნიშვნელოვანია, რომ კვლევამ გამოკვეთოს კითხვის ჩვევების მიმართება მკითხველთა სოციო-ეკონომიკურ სტატუსთან. ამ ტიპის გამოკითხვები სასარგებლოა არა მხოლოდ წიგნის ბაზრის განვითარებისთვის, არამედ საგანმანათლებლო და კულტურული სფეროების განვითარების სტრატეგიის განსაზღვრისთვისაც. მსოფლიოს ბევრ ქვეყანაში საუბრობენ კითხვასა და საზოგადოებრივ კეთილდღეობას შორის არსებულ კორელაციაზე. ამიტომ, თუ მკითხველთა და არამკითხველთა შორის უფსკრული არსებობს, მნიშვნელოვანია იმის ცოდნა, თუ რა კანონზომიერი ურთიერთმიმართებაა ამ მოვლენასა და საზოგადოების სოციო-ეკონომიკურ სტატუსს შორის საქართველოში. ასეთი მიმართების ცოდნა ხშირად ბაზრის თავისებურებების გათვალისწინებისა და პროდუქციის დივერსიფიცირებისკენ უბიძგებს გამომცემლებს. მოცემული კვლევიდან გამჟღავნებულად შეგვიძლია ვიმსჯელოთ აღნიშნულ მიმართებაზე. მაგალითად, თვალშისაცემია შეძენილი და წაკითხული წიგნების მცირე რაოდენობა, რაც,

როგორც ჩანს, ნიგნების სიძვირესთანაა დაკავშირებული. ის, რომ გამოცდილი თუ პოტენციური მკითხველები ნიგნის ფასს დიდ მნიშვნელობას ანიჭებენ, სწორედ ამის მანიშნებელია. თუმცა სასურველია, კვლევის შედეგები უშუალოდ ასახავდეს მონაცემებს და დასკვნებს ამ კუთხით.

ცალკე უნდა შევხებო ბავშვების ნიგნიერებასთან დაკავშირებულ შედეგებს. ჩემთვის, როგორც განათლების სპეციალისტისთვის, განსაკუთრებით თვალშისაცემი და მტკივნეულია ის, რომ „რესპონდენტთა 54%-ის თქმით, მათ მიერ შეძენილ ნიგნებში საბავშვო ნიგნებს 0% უჭირავს.“ ნამდვილად არასახარბიელოა ბავშვებისათვის ნიგნების ნაკითხვის მაჩვენებელიც. ბოლო ათწლეულებში ჩატარებული საერთაშორისო კვლევები ცალსახად ადასტურებს, რომ სწორედ ის ბავშვები, ვისაც ბავშვობაში ოჯახის წევრები ნიგნებს უკითხავენ, დიდი წარმატებებით გამოირჩევიან განათლების ზედა საფეხურებზე. ბავშვებისთვის ნიგნების კითხვა არის ყველაზე მძლავრი იარაღი ნიგნების შეყვარებისა და მთელი ცხოვრების მანძილზე სწავლის გზაზე. საჭიროა საგანგებო მუშაობა, რათა მშობლებმა გააცნობიერონ, რა დიდ როლს ასრულებს კითხვა ადამიანის დასაქმების, კეთილდღეობის, ბედნიერი ცხოვრების უზრუნველყოფის თვალსაზრისით.

მოცემული კვლევა ნამდვილად წარმოადგენს მნიშვნელოვან ნაბიჯს, ერთი მხრივ, მსგავსი კვლევების გასაგრძელებლად, მეორე მხრივ კი - საგამომცემლო სივრცეში კონკრეტულ ინფორმაციაზე დაფუძნებული გადანყვეტილებების მისაღებად. სრულად ვეთანხმები კვლევის დასკვნით ნაწილში მოცემულ დებულებას იმის შესახებ, რომ „გარკვეულმა საკითხებმა, რომლებიც კვლევის დროს გამოიკვეთა, ნათელი სურათის შესაქმნელად დამატებითი კვლევის საჭიროება გააჩინა“ და „ახალი ტენდენციების და სხვადასხვა პერიოდის მონაცემების ერთმანეთთან შედარების მიზნით მკითხველთა კვლევამ ყოველწლიური, პერმანენტული სახე უნდა მიიღოს.“ რეკომენდაციები

- ხელი შეეწყოს მეორადი ნიგნების ბაზრის განვითარებას და ნიგნების ჩუქების პრაქტიკის დანერგვას. ასეთი პროექტები გაზრდის ნიგნების ხელმისაწვდომობას და პოპულარობას სოფლებში, ხელმომჭირნედ მცხოვრებ ოჯახებში, მცირე შემოსავლის მქონე მოსახლეობაში; შესაძლებელია

სპეციალური ტრენინგების ჩატარება ნიგნების მაღაზიების, ბიბლიოთეკების, არასამთავრობო ორგანიზაციების წარმომადგენლებისათვის;

- მოენყოს სპეციალური სემინარები და ტრენინგები ნიგნის გაყიდვის მომსახურებაში ჩართული პირებისათვის. ეფექტური კომუნიკაციის, მომხმარებელთან ურთიერთობისა და მომსახურების უნარ-ჩვევების განვითარება აუცილებლად გაზრდის ნიგნის მაღაზიაში შემსვლელთა რაოდენობას;

- მოენყოს სპეციალური კამპანიები, რომლებიც ხელს შეუწყობს უფროსების მიერ ბავშვებისათვის კითხვის პოპულარიზებას. საჭიროა მშობლების ცნობიერების ამაღლება იმის შესახებ, თუ რა დიდი გავლენა აქვს ბავშვებისათვის ნიგნების კითხვას მათ გონებრივ და ემოციურ განვითარებაზე, წარმატებულ სწავლასა და დასაქმების პერსპექტივის შექმნაზე.

- საბავშვო (საყმანვილო) ნიგნების ნერის, თარგმნის, ადაპტირებისა და რედაქტირების პროცესში გათვალისწინებულ იქნას ტექსტის სირთულის შინაარსობრივი, ლექსიკური და ენობრივი პარამეტრები. ნიგნის კითხვადობის არასათანადო მაჩვენებელი ფრუსტრაციას იწვევს როგორც კითხვის, ისე წაკითხულის მოსმენის დროს.