

Б. В. Дубин, Н. А. Зоркая

ЧТЕНИЕ В РОССИИ-2008 ТЕНДЕНЦИИ И ПРОБЛЕМЫ



НАЦИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ПОДДЕРЖКИ И РАЗВИТИЯ
ЧТЕНИЯ

Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям
Аналитический центр Юрия Левады

Б. В. Дубин, Н. А. Зоркая

**ЧТЕНИЕ В РОССИИ—2008
ТЕНДЕНЦИИ И ПРОБЛЕМЫ**

**Москва
2008**

УДК 316.74:028(470+571)

ББК 60.562.1(2Рос)

Ч 77

Издание подготовлено и выпущено при финансовой поддержке Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям и при содействии Межрегионального центра библиотечного сотрудничества и Российского комитета Программы ЮНЕСКО «Информация для всех»

Редакторы: Е. И. Кузьмин, А. В. Паршакова

Дубин Б. В., Зоркая Н. А.

Ч 77 Чтение в России—2008. Тенденции и проблемы. — М.: Межрегиональный центр библиотечного сотрудничества, 2008. — 80 с.

В основу издания положены данные общероссийского опроса, проведенного в сентябре 2008 г. Аналитическим центром Юрия Левады («Левада-Центр») по заказу Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям. Анализируются изменения картины массового чтения россиян в сравнении с позднесоветской ситуацией и с годами «перестройки», наметившиеся еще к середине 1990-х гг. и окончательно обозначившиеся в 2000-е гг. Основные проблемы и тенденции в массовом чтении рассматриваются во взаимосвязи с процессами социокультурных изменений в России.

Издание приурочено к началу Второй Всероссийской конференции «Национальная программа поддержки и развития чтения: итоги и перспективы» (Москва, 20—21 ноября 2008).

УДК 316.74:028(470+571)

ББК 60.562.1(2Рос)

ISBN 978-5-91515-023-1

© Левада-Центр, 2008

© Межрегиональный центр библиотечного сотрудничества, 2008

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|---|----|
| Общая характеристика исследования | 4 |
| Социокультурные сдвиги 1990-х – 2000-х гг. | 5 |
| Изменения в издании и распространении печати | 8 |
| Частота и активность чтения сегодня | 11 |
| Чтение газет | 14 |
| Чтение журналов | 17 |
| Чтение книг | 21 |
| Чтение и досуг россиян | 29 |
| Чтение в контексте других носителей информации | 32 |
| Читательская самооценка и удовлетворенность чтением..... | 34 |
| Каналы получения информации о книгах | 38 |
| Каналы получения книг | 40 |
| Домашние библиотеки | 55 |
| Чтение в контексте семейных и дружеских коммуникаций..... | 59 |
| Пользование государственными библиотеками | 63 |
| Основные выводы | 67 |

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

В основу брошюры положены данные общероссийского опроса, который был проведен в сентябре 2008 г. аналитическим центром Юрия Левады («Левада-Центр») по заказу Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям в рамках мониторинга «Читательские предпочтения российских граждан».

Опрос проведен по репрезентативной выборке населения России. Опрошено 2000 человек в возрасте 18 лет и старше в 127 населенных пунктах 46 регионов. Выборка данного исследования репрезентативна по следующим параметрам:

- пол;
- возраст;
- уровень образования;
- регион;
- размер населенного пункта.

Общий объем выборки (2000 респондентов) распределен между всеми стратами пропорционально численности взрослого населения каждой страты. Всего в выборку включено 127 городских населенных пунктов/сельских районов, в том числе:

- 13 городов с населением более 1 млн человек;
- 13 городов с населением от 500 тыс. до 1 млн человек;
- 28 городов с населением от 100 до 500 тыс. человек;
- 38 городских населенных пунктов с населением до 100 тыс. человек;
- 35 сельских районов;

итого 92 городских населенных пункта и 35 сельских районов.

Выборка рассчитана по данным Всероссийской переписи населения 2007 года. Статистическая погрешность данных при использованном дизайне выборки не превышает 3.0%.

Исследование проводилось на дому у респондентов методом личного интервью. Опрос проводился по будним дням в вечерние часы, по выходным – в течение всего дня; таким образом обеспечивалась равная вероятность попадания в выборку занятого и незанятого населения.

В дальнейшем анализе и обобщении данных исследования привлекаются сопоставимые материалы других репрезентативных зондажей Центра, осуществленных в 1990-е – 2000-е годы. Во всех случаях, когда нет других указаний на время и характеристики исследования, приводятся данные сентябрьского опроса 2008 года.

Ответственные за организацию, разработку программы и анкеты исследования – Б. В. Дубин и Н. А. Зоркая. В подготовке таблиц и графиков принимала участие Е. В. Колочарова.

СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ СДВИГИ 1990-х – 2000-х ГОДОВ

Картина массового чтения россиян – в сравнении с позднесоветской ситуацией и с годами «перестройки», тогдашним повышенным спросом на прежде недоступную культурную продукцию, небывалым взлетом тиражей газет, тонких и толстых журналов – на протяжении 1990-х и, особенно, 2000-х годов заметно изменилась. Определяющими здесь выступают несколько взаимосвязанных социокультурных процессов. Все они в конечном счете связаны с разложением советского общества: его централизованно-бюрократической системы мобилизационных механизмов населения, его единообразной модели социализации и идеологического внушения. Эти процессы проходили на фоне крупномасштабных и противоречивых экономических изменений (внедрение начал рыночной экономики, обеднение большинства групп российского населения), сдвигов в системе политических институтов (внешняя демократизация, которая во многом повлекла за собой массовую потерю доверия к социальным институтам вообще, включая, среди прочих, школу и библиотеку). Мы считаем важным привлечь внимание к следующим процессам, имеющим самое непосредственное и сильное воздействие на массовое чтение, деятельность библиотек в стране.

○ Распад советской интеллигенции и ее просветительской идеологии к середине 1990-х гг., фактический уход с культурной авансены этой группы служащих государственных учреждений культуры и образования вместе с их групповыми представлениями о культуре, литературе, чтении и с привычными, устоявшимися формами трансляции этих представлений (толстые журналы, литературоцентричное школьное образование).

○ Потеря ведущей культурной роли главным в советскую эпоху институтом организации чтения — государственной массовой библиотекой (как, впрочем, и государственными библиотеками всех других типов — научными, универсальными, национальными) в связи с прогрессирующим оскудением финансовых ресурсов, отставанием в комплектации книжных и журнальных фондов и с утратой основных функций: представлять «национальную» культуру в ее общезначимых и обязательных образцах, обеспечивать существование государственно-планируемой и финансируемой науки, поддерживать работу средней и высшей школы.

○ Разгосударствление и коммерциализация издательской деятельности в стране. Свыше двух третей книг и брошюр, выходящих сегодня в России, опубликованы негосударственными издательствами (это относится к количеству названий, если же брать тиражи, то есть реальные экземпляры, предназначенные для продажи, то доля негосударственной книжной продукции превышает 90% всего потока). Люди, принимающие решения в данной сфере, — а это такие новые для книжной и литературной культуры социальные роли, как директор издательства, менеджер по продажам, руководитель отдела маркетинга, — часто исходят сегодня из императивов максимума прибыли в минимум времени. Понятно, что они концентрируют свою деятельность преимущественно на самой массовой по направленности и серийно-типовой по изданию литературе — «спрашиваемых» книгах, выпуск которых (будь то беллетристика, «иллюстрированные издания» или словарно-энциклопедическая продукция) не требует особых затрат, возможен в кратчайшие сроки и столь же быстро приносит прибыль. Представления о литературе, образ книги, фигура автора все чаще выступают сегодня продуктом массмедийных, рыночных технологий, причем в самых «агрессивных» вариантах (промоушн, публичный скандал, телевизионная «раскрутка»).

○ Формирование (в наиболее активной фазе — за 2000-е годы) системы «глянцевых» журналов, демонстрирующих образцы модного потребления и стиля жизни наиболее зажиточного меньшинства российского населения, успешной «офисной» молодежи крупнейших городов и т.п. Этот тип печатных коммуникаций, с одной стороны, тесно связан с системой аудиовизуальных СМИ, с другой — включен в процессы формирования и циркуляции моды, с третьей — претендует на роль культуры и выступает сегодня, по крайней мере для большинства российской молодежи и молодых взрослых, рекомендателем любых покупок, от мехов и драгоценностей до дисков, фильмов и книг.

○ Развал прежней системы централизованного книгораспространения, разрыв между «центрами» и периферией общества, его наиболее благополучной частью, которая может и предпочитает покупать книги (а не брать их в библиотеках), и большинством остальных, которые тем или иным способом, пассивно либо чисто реактивно адаптируются к нынешней ситуации. Жителям села и городов с населением меньше 100 тысяч человек книжно-журнальная продукция стала по большей части недоступна, и руководители крупнейших издательств, по их собственным признаниям, не заинтересованы в подобном контингенте, а он в сумме включает две трети взрослого населения России.

○ В самое последнее время, в рамках общего огосударствления публичной жизни и средств массовой коммуникации за 2000-е годы, наблюдаются попытки государства вернуть себе некоторые возможности воздействия как на издательскую сферу, так и на библиотечную систему (Национальная программа поддержки и развития чтения, спонсирование журналов и их распространения и др.)¹. Однако эта деятельность, как будет показано ниже, не имеет — по крайней мере пока — скольконибудь серьезного влияния на массовое чтение.

¹ См: Стельмах В. Д. *Российские библиотеки сегодня: возвращение государства? // Вестник общественного мнения. — 2008. — №2. С. 30–36.*

ИЗМЕНЕНИЯ В ИЗДАНИИ И РАСПРОСТРАНЕНИИ ПЕЧАТИ

Таблица 1²

| Год | Количество названий книг | Общий тираж (млн) | Средний тираж (тыс.) |
|------|--------------------------|-------------------|----------------------|
| 1990 | 41234 | 1553,1 | 37,7 |
| 1995 | 33623 | 475,0 | 14,13 |
| 2000 | 59543 | 471,2 | 7,91 |
| 2001 | 70332 | 542,3 | 7,71 |
| 2002 | 69749 | 591,3 | 8,48 |
| 2003 | 80971 | 702,3 | 8,67 |
| 2004 | 89066 | 685,9 | 7,7 |
| 2005 | 95498 | 669,4 | 7,0 |
| 2006 | 102268 | 633,52 | 6,192 |
| 2007 | 108791 | 665,682 | 6,118 |

Количество издаваемых книг за 1990–2007 гг. увеличилось в 2,6 раза, при этом средний тираж сократился в 6,1 раза. Только за 2000–2007 гг. соответствующие показатели составили 1,8 и 1,29, то есть количество названий издаваемых книг выросло почти вдвое, тогда как средний тираж уменьшился более чем на четверть.

В целом похожая тенденция, но со своими нюансами, наблюдается после 2000–2001 гг. в динамике газетных и журнальных изданий.

Таблица 2

| Год | Количество газетных изданий | Разовый тираж (млн) |
|------|-----------------------------|---------------------|
| 1990 | 4808 | 166 |
| 1995 | 5101 | 122 |
| 2000 | 5758 | 109 |
| 2005 | 7535 | 177 |
| 2006 | 8250 | 192 |

² Здесь и далее в этом разделе – данные Роскомстата и газеты «Книжное обозрение».

Таблица 3

| Год | Количество журнальных изданий | Годовой тираж (млн) |
|------|-------------------------------|---------------------|
| 1990 | 3681 | 5010 |
| 1995 | 2471 | 299 |
| 2000 | 3570 | 607 |
| 2005 | 4874 | 1150 |
| 2006 | 5429 | 1201 |

Число газет в последние 20 лет последовательно растет. Однако их тиражи в 1990-е годы постоянно и заметно сокращались. В 2000-е они начали расти и по общему разовому тиражу сегодня превысили показатели 1990 г., хотя по тиражу каждого отдельного издания пока еще не набрали прежнего уровня. Иначе говоря, рост количества изданий существенно опережал рост тиражей. Еще резче эта тенденция видна на примере журнальной продукции. Падение тиражей журналов к середине 1990-х годов было обвальным, при этом сокращалось — хотя и не столь резко — и количество журнальных изданий. Но к 2000 году начался и по сей день наблюдается рост и числа журналов, и их тиражей. Причем темпы тиражного роста в данном случае несколько выше, чем скорость увеличения числа изданий, однако сокращение журнальных тиражей за девяностые годы было настолько сильным, что до тиражных показателей 1990 г. нынешним журналам еще очень далеко. Так что и здесь побеждает тенденция ко все большей фрагментации читательских аудиторий. У газет эти аудитории более массовидные, у журналов более дробные, но тенденция к дроблению — сквозная.

Обобщая эти данные, можно сказать, что на уровне газетных, журнальных, а особенно книжных коммуникаций в 2000-е гг. идет фрагментация читательской публики, ее дробление на все более мелкие группы и сегменты. Но подобная фрагментация захватывает и практически весь российский социум в целом, она связана с установкой большинства населения на пассивную адаптацию к социальным переменам, когда кажется, что выживать проще «по одному», узким кругом «своих». Этот процесс составляет одну из главных особенностей российского общества и социальной жизни

России последнего пятнадцатилетия. Активность коммуникаций большинства россиян с другими людьми, не родственниками, значительно сократилась практически во всех слоях населения – за исключением разве что молодежи и россиян с более высоким потребительским статусом, то есть заведомого меньшинства. Показательно, что в стране отсутствует национальная газета или набор из нескольких подобных газет «для всех», которые бы конкурировали за самую широкую аудиторию. В еще большей степени это характерно для журналов. Функцию общего для всех канала коммуникации в настоящее время выполняет телевидение, которое, с одной стороны, практически полностью огосударствлено и подчинено интересам центральной власти, а с другой – все более единообразно по жанровой сетке вещания, набору транслируемых смысловых образцов (новости, телесериалы, шоу). Показательно, что наиболее популярная разновидность журналов в сегодняшней России – это тонкие иллюстрированные издания с фотографиями звезд телеэкрана и подробной, аннотированной программой телепередач, фактически выступающие бумажным приложением или приставкой к телевизору.

Так или иначе, рост книжного и журнального предложения на рынке, ориентированном в последние годы по преимуществу на массовый вкус к развлечениям, заметно контрастирует с постоянным и все более значительным сужением возможностей библиотек за то же самое время.

Число общедоступных библиотек, их фонды и количество абонентов начиная с 1990 г. последовательно сокращались.

Таблица 4

| | 1990 | 1995 | 2000 | 2004 | 2006 | 2006/1990 |
|--------------------------------------|------|------|------|------|------|-----------|
| Число общедоступных библиотек (тыс.) | 62,6 | 54,4 | 51,2 | 49,9 | 48,3 | 0,77 |
| Численность читателей в них (млн) | 71,9 | 60,2 | 59,6 | 58,2 | 57,8 | 0,8 |

Особенно заметным было сокращение числа библиотек в городах, где концентрируются люди с более высоким образованием, уровнем жизни, более развитыми интересами и запросами; количество сельских библиотек за 2000-е годы даже несколько выросло, хотя и совсем незначительно.

Пользователями библиотек сегодня остались почти исключительно те группы, которым по их социальным, финансовым, символическим ресурсам не приходится всерьез рассчитывать на альтернативные источники нужных и интересных книг: у них нет денег на их приобретение, они не располагают большими собственными библиотеками. Чем менее группа обеспечена социальными и культурными ресурсами, тем чаще и регулярнее ее члены, при определенном уровне образования и учебно-профессиональных потребностей в книге, будут обращаться к фондам районных и городских библиотек. И наоборот: среди тех, кто регулярно обращается в районную (городскую) библиотеку, сегодня мы можем встретить учащихся чаще, чем представителей каких бы то ни было других возрастных и профессиональных групп.

ЧАСТОТА И АКТИВНОСТЬ ЧТЕНИЯ СЕГОДНЯ

График 1



График 2

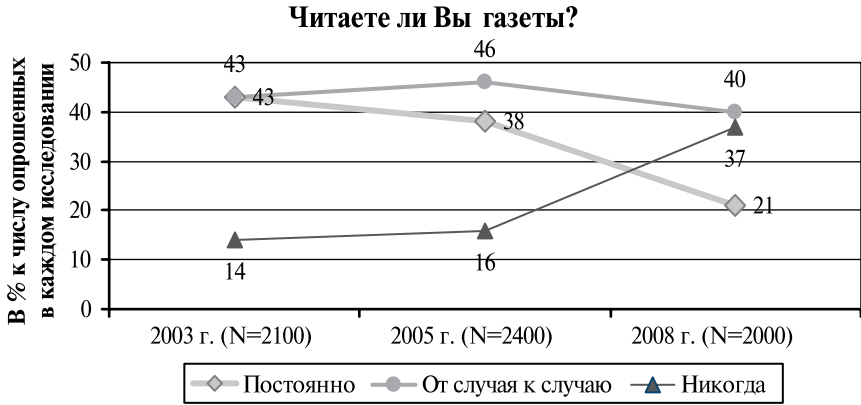


График 3



Как видим, за последние пять лет – можно показать это и в более долгой хронологической перспективе – заметнее всего сократилась читательская аудитория журналов. Причем для журналов, в отличие от газет и книг, это сокращение затронуло как их *постоянных* читателей, так и обращающихся к ним *от случая к случаю*. Это связано с функциональной формой и назначением журнала как типа издания, типа публичной коммуникации в том виде и назначении, в каких он сложился в новое и новейшее время. Журнал (не берем сейчас специальные и ве-

домственные издания), во-первых, консолидирует группу, объединенную некоей программой, разделяемыми ценностями, образом мира, а во-вторых, выносит ценности и образцы данной группы в межгрупповое, публичное пространство. Именно таких групп с разделяемыми ценностями и общей программой в советской и постсоветской России вообще было очень мало, а те, которые существовали, рассыпались или рассыпаются в ходе политических, экономических, социокультурных перемен 1990-х — начала 2000-х годов. Публичное пространство, сфера совместного, общего за 2000-е годы, как уже указывалось, резко сократилась. Она замещена телевидением, то есть не активной дискуссией, а пассивным и не очень сосредоточенным («рассеянным»), но ежедневным и многочасовым посматриванием на экран.

Крушение группового уровня существования общества и выразилось в виде краха журналов (прежде всего «толстых» литературно-публицистических, общественно-политических и научных) после «бума» рубежа 1980—1990-х гг. — снижения подписки на них, массового отказа от чтения, внутренних редакционных пертурбаций. Свою роль здесь сыграли и ощутимый рост расходов на почтовую пересылку, нарушение регулярности и надежности почтовых коммуникаций. Так что наиболее уязвимым оказался именно групповой уровень российского социума, а вместе с ним — поле представления и состязания групповых ценностей и символов, публичная сфера. Сегодня радиус действия распространяемых журналами групповых образцов предельно сократился: остались лишь группы «первого прочтения», те, кто первыми без подсказки читают новые публикации (да и то все чаще сегодня через Интернет — на сайте «Журнальный зал» и т.п.). Не стало групп «второго» и «третьего» прочтения — нет подхвата и расширения контекста, трансформации значений, а значит — нет перспективы их универсализации, общего и подвижного смыслового мира. Можно сказать, нет процессуальной динамики, заинтересованного взаимодействия между группами, а есть лишь мелькание и смена фигур на модном подиуме, будь то политическом, музыкальном, кинематографическом и т.д. Не случайно основным способом организации и подачи информации в прессе, на телевидении, в Интернете стали сегодня лонг- и шорт-листы, рейтинги «звезд» (сюда же относится жанр пародий на соревнование — нарочито бессмысленные состязания и их «антилидеры», которых особенно много на нынешнем телевидении).

Чтение газет

Сегодня 37% взрослых россиян не читают газет. Среди постоянных читателей газет выделяется категория респондентов, старших по возрасту и имеющих высшее образование, среди них доля постоянных читателей составляет соответственно 30 и 27%. Вместе с тем, среди респондентов, вообще не читающих газеты, «лидирует» молодежь, в группе которой доля не читающих актуальную прессу превышает половину (51%). Показатели равнодушия к газетам высоки также среди москвичей (42%) и россиян с образованием ниже среднего (44%). Вот как распределяется активность газетного чтения в различных группах россиян (в % к представителям соответствующей социально-демографической группы).

Таблица 5

Читаете ли Вы газеты, и если да, то как часто?

*(в % к соответствующей группе по строке)**

| | постоянно, практически ежедневно | иногда, от случая к случаю | никогда, очень редко | затрудняюсь ответить |
|---------------------------------|--|----------------------------------|----------------------------|-------------------------|
| <i>Пол</i> | | | | |
| мужской | 23 | 37 | 39 | 1 |
| женский | 20 | 44 | 35 | 2 |
| <i>Возраст</i> | | | | |
| 18–24 года | 12 | 36 | 51 | 1 |
| 25–39 года | 16 | 45 | 37 | 2 |
| 40–54 года | 24 | 45 | 29 | 1 |
| 55 лет и старше | 30 | 33 | 35 | 2 |
| <i>Образование</i> | | | | |
| высшее | 27 | 44 | 28 | 1 |
| среднее, среднее специальное | 22 | 42 | 35 | 2 |
| ниже среднего | 16 | 37 | 44 | 2 |

| <i>Размер населенного пункта</i> | | | | |
|----------------------------------|----|----|----|---|
| Москва | 19 | 36 | 42 | 3 |
| более 500 тыс. | 21 | 40 | 38 | 2 |
| от 100 до 500 тыс. | 22 | 40 | 36 | 2 |
| города до 100 тыс. | 20 | 45 | 34 | 2 |
| село | 23 | 38 | 38 | 1 |

* Здесь и далее сумма может превышать 100% в результате округления до целых.

Среди общероссийских общественно-политических газет по популярности лидируют следующие (в % к числу читающих газеты).

График 4

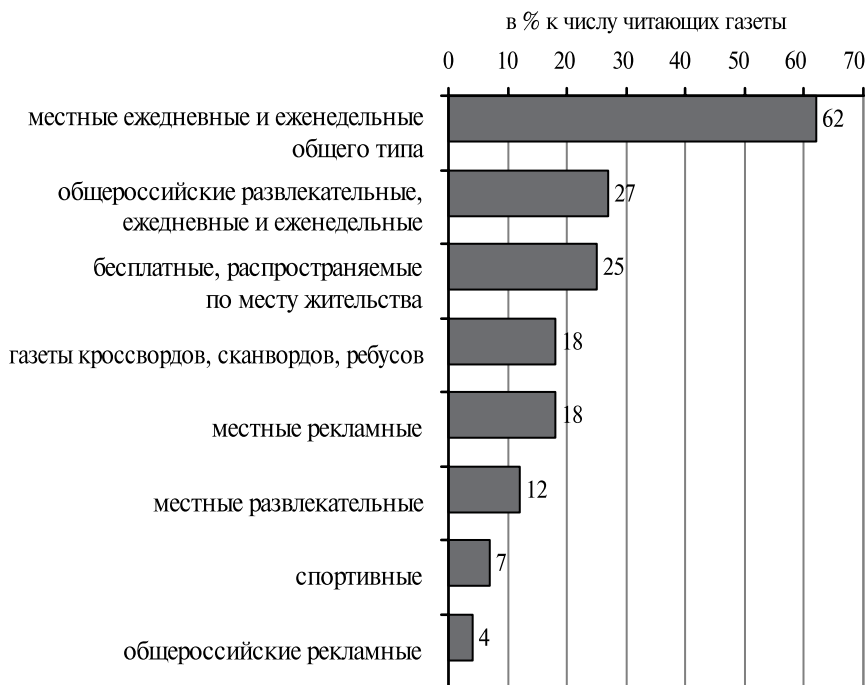
Рейтинг популярности общероссийских общественно-политических газет



«Московский комсомолец» пользуется популярностью исключительно в Москве, здесь его читают 25% опрошенных. **В целом население России явно предпочитает сегодня местную прессу – как общественно-политическую, так и развлекательную, скандальную, рекламную и прочие.** Типы газет, которые респонденты более или менее регулярно просматривают, образуют следующую иерархию по популярности (в % к числу читающих газеты, можно было указать несколько видов изданий, поэтому сумма превышает 100%):

График 5

Рейтинг популярности газет, которые респонденты более или менее регулярно просматривают



В обращении к местной прессе общего типа лидируют россияне с образованием ниже среднего (65% данной группы опрошенных), представители старших возрастных групп (68%),

жители села (70%). В чтении же развлекательных газет, «желтой» прессы как местного, так и федерального уровня (скандалы, сенсации и т.п.), а также спортивных изданий и газет с кроссвордами, лидируют самые молодые и обеспеченные респонденты, россияне с высшим образованием, жители Москвы – наиболее образованная, урбанизированная, активная и успешная часть российского населения.

Чтение журналов

Журналы сегодня не читают 54% взрослого населения России. Вот как распределяется активность журнального чтения в различных группах россиян (в % к представителям соответствующей социально-демографической или социокультурной группы).

Таблица 6

Читаете ли Вы журналы, и если да, то как часто?

(в % к соответствующей группе по строке)

| | постоянно, практически ежедневно | иногда, от случая к случаю | никогда, очень редко | затрудняюсь ответить |
|------------------------------|----------------------------------|----------------------------|----------------------|----------------------|
| <i>Пол</i> | | | | |
| мужской | 6 | 29 | 62 | 3 |
| женский | 11 | 40 | 48 | 1 |
| <i>Возраст</i> | | | | |
| 18–24 года | 12 | 44 | 43 | 1 |
| 25–39 года | 9 | 42 | 47 | 2 |
| 40–54 года | 8 | 36 | 55 | 2 |
| 55 лет и старше | 30 | 33 | 35 | 2 |
| <i>Образование</i> | | | | |
| высшее | 12 | 45 | 42 | 1 |
| среднее, среднее специальное | 9 | 38 | 52 | 2 |
| ниже среднего | 8 | 26 | 64 | 2 |

| Размер домашней библиотеки | | | | |
|-----------------------------------|----|----|----|---|
| до 100 книг или нет библиотеки | 7 | 30 | 62 | 2 |
| от 100 до 500 книг | 11 | 46 | 42 | 1 |
| свыше 500 книг | 23 | 38 | 36 | 3 |
| затрудняюсь ответить | 9 | 36 | 52 | 4 |
| Размер населенного пункта | | | | |
| Москва | 8 | 45 | 46 | 1 |
| более 500 тыс. | 12 | 36 | 51 | 1 |
| от 100 до 500 тыс. | 7 | 33 | 57 | 2 |
| города до 100 тыс. | 9 | 37 | 53 | 1 |
| село | 9 | 32 | 58 | 2 |

Постоянными читателями журналов сегодня – как и наиболее активными читателями вообще – несколько чаще выступают женщины (11%), самые молодые респонденты, россияне 18–24 лет (12% данной группы), россияне с высшим образованием (12%), жители крупнейших городов страны (12%, но не жители Москвы, где к постоянным читателям журналов отнесли себя лишь 8% опрошенных), люди с высоким потребительским статусом (могут покупать все, кроме самых дорогих вещей, – 16%). При этом уровень образования уже не является ведущим фактором, формирующим интерес к чтению журналов и круг журнального, а во многом и книжного чтения, профиль читаемого, – на образование сильнейшим образом накладываются половозрастные и поколенческие факторы, уровень урбанизированности (место жительства), а особенно – потребительский статус опрошенных, их статусно-символические aspirations и ориентиры.

Важно подчеркнуть, что к перечисленным выше подгруппам не применим прежний библиотекведческий термин «лидеров чтения». Во-первых, они привязаны к коммуникативным каналам, а не осуществляют отбор, оценку, осмысление, обобщение отдельных образцов. Коротко говоря, они выступают массовыми потре-

бителями, но не обладают экспертной функцией, да и экспертными компетенциями. Во-вторых, они не заняты *распространением* отобранных ими образцов на более широкие аудитории, а либо сами представляют собой массовую публику, либо – если говорить о более обеспеченных и амбициозных – замыкаются в кругу «своих», которых объединяет стиль статусно-символического потребления. Показательно, что ни пресса, ни телевидение не относятся нашими респондентами к значимым для них каналам рекомендации того, что стоит читать (подробнее об этом см. ниже).

К наиболее широко читаемым в России журналам относятся сегодня следующие (в % от числа опрошенных).

График 6



К специализированной научной периодике в среднем обращаются 8% опрошенных, к «модным» и дорогим глянцевым журналам («Эсквайр», «Афиша» и др.) – 5%, к «толстым»

литературным журналам — 1,5%, этот последний показатель ниже уровня допустимой статистической погрешности, поэтому анализировать данную совокупность читателей сколько-нибудь уверенно не представляется возможным.

Таким образом, *центр интересов читателей журнальной периодики образуют сегодня здоровье, мода и развлечения (в женском и мужском вариантах, но в любом случае вариантах молодежных, массовых, более дешевых и потому более широко распространенных — отсюда преимущества «тонких» журналов), телевидение и дом, в меньшей степени — научно-популярная информация о мире.*

Москвичи лидируют в обращении лишь к двум, но характерным типам журналов:

— общественно-политические тонкие еженедельники («Огонек», «Итоги», «Власть» — 15% при 6% обращающихся к подобным изданиям в среднем по стране);

— «тонкие» еженедельники с телепрограммой и репортажами о светской жизни «звезд» типа «Семь дней» (58% при средних по стране 28%).

Иными словами, *москвичи более всех других россиян склонны к просмотру телепрограмм и интересуются общественно-политическими новостями, а также сенсациями вокруг культуры.* Обратим внимание на то, что самые молодые респонденты заметно дистанцируются от обоих этих типов изданий — их показатели чтения таких журналов самые низкие. При этом самые популярные «тонкие» журналы — как женские, так и с телепрограммой — примерно одинаково распространены в группах с разным потребительским статусом, кроме самых малообеспеченных: в обращении к ним более значимы возраст (молодой) и пол (женский).

Научно-познавательные журналы чаще читают россияне с высшим образованием зрелого возраста (40–54-летние), живущие в крупных и средних городах страны. Этот же контингент, но только более молодой (25–39 лет), чаще других обращается к научной периодике. Издания о саде и огороде чаще фигурируют в чтении рос-

сиян старших возрастных групп – 40 лет и более, причем наименее обеспеченных («едва сводим концы с концами»). Наименее обеспеченные активны и в обращении к журналам с кроссвордами: их культурные интересы сужены, остается лишь самое доступное.

Чтение книг

46% взрослых россиян не читают книг. Вот как распределяется активность книжного чтения в различных социально-демографических и социокультурных группах (в % от числа представителей данной группы).

Таблица 7

Читаете ли Вы книги, если да, то как часто?

(в % к соответствующей группе по строке)

| | постоянно, практически ежедневно | иногда, от случая к случаю | никогда, очень редко | затрудняюсь ответить |
|------------------------------|----------------------------------|----------------------------|----------------------|----------------------|
| <i>Пол</i> | | | | |
| мужской | 13 | 33 | 51 | 3 |
| женский | 19 | 37 | 42 | 1 |
| <i>Возраст</i> | | | | |
| 18–24 года | 16 | 40 | 42 | 2 |
| 25–39 года | 14 | 38 | 45 | 3 |
| 40–54 года | 17 | 39 | 42 | 2 |
| 55 лет и старше | 17 | 26 | 55 | 2 |
| <i>Образование</i> | | | | |
| высшее | 25 | 39 | 34 | 2 |
| среднее, среднее специальное | 18 | 38 | 43 | 2 |
| ниже среднего | 9 | 31 | 57 | 3 |

| <i>Размер домашней библиотеки</i> | | | | |
|-----------------------------------|----|----|----|---|
| до 100 книг или нет библиотеки | 8 | 32 | 57 | 3 |
| от 100 до 500 книг | 27 | 45 | 27 | 1 |
| свыше 500 книг | 52 | 27 | 19 | 2 |
| затрудняюсь ответить | 8 | 28 | 57 | 7 |
| <i>Размер населенного пункта</i> | | | | |
| Москва | 19 | 36 | 45 | 1 |
| более 500 тыс. | 20 | 37 | 41 | 3 |
| от 100 до 500 тыс. | 20 | 38 | 38 | 4 |
| города до 100 тыс. | 15 | 35 | 50 | 1 |
| село | 12 | 34 | 53 | 2 |

Постоянными читателями книг сегодня несколько чаще других групп выступают женщины (19% данной группы), россияне с высшим образованием (25%), жители крупных и средних городов страны (по 20%, им немного уступают москвичи – 19%), респонденты с высоким потребительским статусом (20%; еще 41% принадлежащих к этой последней группе читают книги время от времени – тоже самый высокий показатель среди всех социально-демографических групп). При этом *самые молодые россияне стали за последние 10–15 лет читать книги, по их самооценкам, больше, россияне зрелого возраста (40–54-летние), респонденты с высшим образованием – напротив, меньше, а пожилые россияне чаще других вообще перестали за эти годы читать книги.* Две трети опрошенных (64%) считают, что по сравнению с концом 1980-х – началом 1990-х годов интерес к книгам у россиян понизился. Реже других эту точку зрения высказывают самые молодые из опрошенных и молодые взрослые (по 54%), россияне с высоким потребительским статусом (те же 54%), жители Москвы (48%).

В чтении книг произошли и заметные содержательные изменения. Если в конце 1980-х ощущался сильнейший дефицит книг именно тех жанров, которые были наиболее востребованы массовым читателем и посетителем городской, районной, сельской библиотеки (детектив, книги о войне, о любви, историко-приключенческая литература, исто-

рический роман и небеллетристические издания по истории, биографии замечательных людей и др.), то сегодня можно говорить об относительном насыщении массового интереса к книгам. Это видно по данным о чтении художественной литературы и нон-фикшн.

Таблица 8

Читаете ли Вы художественную литературу, если да, то литературу каких жанров Вы предпочитаете?
(в % к читающим книги)

| | 2005 | 2008 |
|--|------|------|
| не читаю художественную литературу | 20 | 8 |
| «женский» детектив | 20 | 28 |
| женская проза, любовные романы | 18 | 19 |
| российский боевик | 21 | 24 |
| историко-приключенческая классика | 17 | 23 |
| современная историческая проза | 15 | 14 |
| русская советская классика | 11 | 15 |
| классические зарубежные детективы | 8 | 14 |
| книги о Великой отечественной войне | 9 | 14 |
| русская дореволюционная классика | 7 | 9 |
| зарубежная классика | 6 | 9 |
| традиционная фантастика | 6 | 9 |
| фэнтези | 5 | 8 |
| мистика | 5 | 6 |
| советские романы-эпопеи | 6 | 12 |
| современная отечественная проза | 4 | 6 |
| новые западные детективы | 5 | 7 |
| современная зарубежная проза | 3 | 6 |
| поэзия | 3 | 4 |
| книги об Афганской, Чеченской войнах | _* | 6 |
| литература бывших советских республик, других народов России | _* | 4 |
| модная «гламурная» литература | _* | 4 |
| Число опрошенных | 2100 | 2000 |

* В опросе 2005 г. данный вариант ответа не задавался.

Как видим, число нечитающих художественную литературу за последние три года сократилось, но при этом *больше всего нечитающих – среди самых молодых мужчин, более обеспеченной части населения* (здесь их 11–12% при средних по выборке 8%). Дифференциация жанрово-тематических предпочтений особенно отчетлива по следующим социально-демографическим признакам (указываются виды литературы, наиболее широко читаемые в данной группе).

Пол:

Мужчины – российские боевики, книги о ВОВ.

Женщины – «женский» детектив, любовные романы.

Возраст:

18–24 года – научная фантастика, фэнтези, мистика, современная переводная литература, «гламурная» проза.

25–39 лет – любовные романы, современная отечественная проза, переводные современные детективы-бестселлеры.

40–54 года – российские боевики, женский детектив, классический зарубежный детектив.

55 и старше – историко-приключенческая проза, исторический роман советские романы-эпопеи, книги о ВОВ, вся классика.

Образование:

С высшим образованием – вся классика, вся современная проза, поэзия, «гламур».

Со средним образованием – вся остросюжетная литература, любовные романы.

Потребительский статус:

Наиболее обеспеченные – фантастика, включая фэнтези и мистику; современная проза, отечественная и переводная; «гламурная» словесность.

Наименее обеспеченные или же все остальные, кроме наиболее обеспеченных, — остросюжетная литература (кроме фантастики); любовные романы; история, включая войны; классика.

Место жительства (тип поселения):

Москва — традиционная фантастика, историко-приключенческая классика, дореволюционная и советская классика, современная отечественная и переводная проза, поэзия, «гламурная» литература. Иными словами, за этими предпочтениями стоят образованные москвичи старшего (классика) и, напротив, младшего возраста (фантастика, современность, модная и «гламурная» словесность).

Крупные города — российские боевики, классические зарубежные детективы, романы-эпопеи советских лет, русская советская классика.

Малые города — российские боевики, «женский» детектив, современные исторические романы, романы о Великой отечественной войне.

Средние города — фэнтези, зарубежная классика.

Село — историко-приключенческая классика, современные исторические романы, романы о Великой отечественной, а также об афганской и чеченской войнах.

Любовные романы примерно в равной мере предпочитают читательницы всех типов поселений, несколько реже — столичные жительницы.

Коротко говоря, *на массовую беллетристику более или менее не решились читатели, принадлежащие практически ко всем половозрастным и образовательным группам российского населения.* При этом полюс относительного интереса к классике — это москвичи, люди с высшим образованием, принадлежащие к старшему возрасту; полюс относительного интереса к современной словесности, включая ее «гламурные» варианты, — опять-таки москвичи, люди с высшим образованием, но в данном случае — молодежь и молодые взрослые (25–39 лет). Можно заметить, что любовная литера-

тура, массовая остросюжетная словесность, включая книги на исторические темы, сдвинулась в более периферийные и менее обеспеченные группы читателей, тогда как относительно более благополучные, более информированные, имеющие более широкий доступ к книгам жители столицы несколько чаще удерживают авторитет «высокой» классики (более старшие группы) или же сосредоточены на современной и модной словесности (столичная молодежь и молодые взрослые).

Таблица 9

Кроме художественной литературы, читаете ли Вы какие-либо другие книги, и если да, то какие книги Вы читаете чаще всего?

(в % к читающим книги)

| | 2005 | 2008 |
|--|------|------|
| о здоровье, лечении | 22 | 24 |
| книги по специальности | 18 | 19 |
| книги по кулинарии | 18 | 22 |
| учебная литература | 16 | 14 |
| полезные советы на все случаи жизни | 10 | 16 |
| о доме и быте | 8 | 11 |
| по психологии | 7 | 10 |
| о загадочных явлениях | 8 | 10 |
| энциклопедические словари | 6 | 10 |
| по религии | 6 | 5 |
| о природе, животных | 6 | 8 |
| по истории | 5 | 8 |
| о поддержании физической формы | 3 | 7 |
| мемуары, ЖЗЛ | 4 | 6 |
| книги для чтения детей по школьной программе | 4 | - |
| по экономике, бухгалтерии, праву | 4 | 4 |
| языковые словари | 2 | 4 |
| о странах и городах мира | 2 | 6 |

| | | |
|--|------|----------------|
| о науке, открытиях | 3 | 6 |
| о войнах, военной технике | 3 | 4 |
| по философии | 3 | 4 |
| по компьютерной технике, программированию и т.п. | 4 | 6 |
| о мировой культуре и пр. | 3 | 4 |
| о личной жизни политиков | 3 | 7 |
| сонники, магия, гадания | 2 | 4 |
| сборники афоризмов | 1 | 4 |
| об этикете | 1 | 4 |
| аудиокниги | 1 | - ³ |
| кроме художественной литературы, ничего не читаю | 22 | 23 |
| Число опрошенных | 2100 | 2000 |

Легко видеть, что людей, не читающих не-художественную литературу, среди читателей книг заметно больше, чем нечитателей беллетристики. **«Читать» означает «читать художественную литературу»**. При этом несколько увеличилась доля читателей небеллетристических книг, имеющих самое общее назначение, но скорее обращенных к женщинам, — полезные советы на все случаи жизни, пособия по кулинарии, книги о поддержании хорошей физической формы, энциклопедические словари. Иными словами, **чтение сегодня становится более «женским», в том числе в сфере нон-фикшн**. Как показали исследования середины 1990-х годов, круг интересов россиян достаточно узок⁴, а в связи с социальными переменами тех и последующих лет (дефолт 1998 г. и др.), он стал для большинства еще уже. В связи с зарубежным туризмом, достаточно активным сегодня среди более молодой и благополучной части российского населения, немного выросла доля интересующихся книгами о странах

³ Эта позиция в опросном листе 2008 г. была развернута в отдельный вопрос, анализ ответов на него см. ниже.

⁴ См.: Дубин Б., Зурабишвили Т. Досуговые интересы и индивидуальные склонности (по данным международного сравнительного исследования) // Мониторинг общественного мнения. — 1996. — №1. С. 28–32.

и народах мира — скорее всего, путеводителями (рост здесь произошел прежде всего в группе мужчин 25–39 лет, жителей средних городов, уже имеющих средства для далеких путешествий).

И все же в целом перемены в интересе к нон-фикшн более скромные, нежели в обращении к беллетристике. Слабее выражена здесь и групповая дифференциация предпочтений: многие типы нехудожественной литературы (о природе и животных, о поддержании физической формы, о кулинарии, о войнах, военной технике и др.) представляют примерно равный интерес для различных социально-демографических групп опрошенных. Основное размежевание здесь идет по линии столица/периферия и обеспеченные/необеспеченные группы. За исключением нехудожественных книг самого общего назначения, к нон-фикшн чаще обращаются относительно более благополучные жители Москвы. Редкие исключения — книги о здоровье и лечении болезней (к ним чаще других обращаются жители села); учебная литература и книги о странах и городах мира (те и другие чаще выбирают молодые жители средних городов). Книги о здоровье, литература по религии и полезные советы на все случаи жизни — предмет повышенного интереса в наименее обеспеченных слоях россиян, по преимуществу — россиянок.

Больше всего не читающих нон-фикшн — среди россиян старшего возраста с образованием ниже среднего. А наиболее активны в чтении нехудожественной литературы три социально-демографические группы:

— женщины (книги самого общего назначения — о доме, кулинарии, здоровье и лечении, психологии, этикете);

— самые молодые респонденты (специальная, учебная и вообще «деловая» литература; философия и психология; экономика и бухгалтерия, компьютеры — добавим, что экономисты и компьютерщики относятся к профессиям, наиболее привлекательным для сегодняшней российской молодежи);

— респонденты с высшим образованием, которые лидируют и в чтении книг в целом, тем более — нехудожественных (особенно они выделяются в чтении книг по специальности, психологии, в обращении к энциклопедическим словарям, мемуаристике, изданиям по мировой культуре).

ЧТЕНИЕ И ДОСУГ РОССИЯН

В чтении даже самых образованных и продвинутых читательских групп сегодня отчетливы ориентации на пассивно-адаптивный тип культурного поведения и потребления, отсутствие аналитического интереса к окружающей современности во всех ее противоречивых чертах, склонность к развлечению и эскапизму, усреднение вкусов. Показательны в этом плане и более общие тенденции, которые прослеживаются с середины 1990-х гг. в досуговом поведении людей.

По данным многолетних опросов Левада-Центра, подавляющее большинство людей перестали проводить свое свободное время за пределами дома, редко занимаются чем-то отличным от рутинных домашних занятий. Исключение составляет лишь регулярное общение с родными и друзьями. В то время как подавляющее большинство опрошенных (73%!) хотя бы раз в месяц и чаще ходит в гости и принимает гостей у себя, а также встречается с друзьями вне дома, социально активные, городские формы проведения досуга — походы в кино, театры, на выставки, концерты, занятия спортом, посещения спортивных состязаний, предполагающие хоть какую-то дифференциацию предпочтений, социокультурных ориентаций, интересов, — характерны лишь для очень незначительной части россиян. Это по преимуществу достаточно обеспеченная молодежь крупных городов и столицы.

Таблица 10

Как часто Вы делаете следующее?..

(в % к соответствующей группе по строке)

| | 1 раз в неделю и чаще | 1–3 раза в месяц | реже 1 раза в месяц | практически никогда |
|---|-----------------------|------------------|---------------------|---------------------|
| ходите в кино | 6 | 11 | 23 | 61 |
| ходите в театр, на концерт | 3 | 7 | 27 | 64 |
| ходите в гости и сами принимаете гостей | 40 | 33 | 21 | 7 |
| встречаетесь с друзьями вне дома | 51 | 22 | 18 | 9 |

Мы уверены, что дело здесь не в низкой платежеспособности значительной части россиян: резкий процесс «доместикации» досуга и коммуникативной активности связан прежде всего с продолжающимся разложением прежних советских институтов, обеспечивавших воспроизводство культуры, с распадом культурных и социальных элит, оказавшихся в условиях резких экономических и политических перемен неспособными к инновативному поведению. Он обусловлен атомизацией и фрагментацией общества, разложением социальных форм советского типа, заданных «сверху» или «извне», государственно-централизованными структурами и институтами (системой образования и воспитания, институтами государственной культурной, издательской политики, государственными СМИ и прочими). Речь идет о своего рода разложении оформившихся в поздние советские времена массовых укладов городского образа жизни, о своеобразной дезурбанизации тех, кто вышел из молодежного возраста.

Если в досуговой активности, повседневном социальном взаимодействии большинства россиян сегодня доминирует «ближний круг» – семья и самые близкие друзья, то в сфере массовой коммуникации безраздельно господствует телевидение.

Таблица 11

Как часто Вы делаете следующее?..

(в % к соответствующей группе по строке, ответы ранжированы по первому столбцу)

| | ежедневно | 1 раз в неделю и чаще | 1–3 раза в месяц | реже 1 раза в месяц | практически никогда |
|-----------------------------------|-----------|-----------------------|------------------|---------------------|---------------------|
| смотрите телевизор | 83 | 13 | 1 | 1 | 2 |
| слушаете радио | 42 | 22 | 3 | 9 | 24 |
| читаете газеты | 19 | 56 | 9 | 6 | 9 |
| читаете художественную литературу | 14 | 26 | 17 | 22 | 20 |
| читаете журналы | 6 | 39 | 22 | 16 | 17 |

Как видим из приведенных данных, практически все россияне смотрят телевизор, довольно значительна доля регулярно и часто слушающих радио (это занятие носит преимущественно фоновый характер), а чтение газет и журналов опережает чтение книг (если брать группы читающих их хотя бы раз в неделю и чаще, включая ежедневных читателей).

По многочисленным данным прежних опросов и из данного исследования 2008 г. мы знаем, что среди читателей газет преобладают те, кто обращается к местной печати и газетам, подающим себя как таблоиды или приближающимся к ним по своему типу. Доля людей, регулярно читающих ежедневную общероссийскую печать, невелика – как правило, она не выходит за пределы статистической погрешности, допустимой в исследованиях подобного типа. Сходная ситуация просматривается и с чтением журналов: общеполитические, экономические и финансовые журналы регулярно читают не более 5–6% опрошенных. Такая ситуация с чтением газет и журналов наблюдается уже многие годы. *Увеличение общей читательской аудитории газет или журналов происходит в первую очередь за счет изданий, ориентированных на самого массовидного читателя, эксплуатирующих «низовые» страхи, стереотипы и комплексы.*

В обществе растет разрыв между разными коммуникативными сообществами россиян (центром и периферией страны, более и менее образованными и успешными, руководителями и рядовыми работниками и прочими), увеличивается зазор между интегративным уровнем «всех» (в данном случае – телезрителей) и фрагментарными группами «немногих» (читателей «серьезной» печати). *Рынок средств массовой коммуникации, работающий в категориях рейтингов, популярных форматов, брендов, подстраивающийся под насаждаемый им же спрос, лишенный идеи культуры и самодостойного, взыскательного индивида, функционирует уже многие годы как процесс полупассивного и рассредоточенного приобщения к навыкам цивилизации, начиная с простейших форм вежливости, гендерных отношений, устройства дома и т.п.* Он движим не инновационным поиском, а почти исключительно тиражированием привычного и рутинного, что, конечно,

не может способствовать развитию общества, универсальных форм общения, возникновению социальных движений и независимых ассоциаций, строительству современных институтов и форм гражданского действия, все дальше откладывает постановку задач, связанных с необходимой модернизацией страны.

ЧТЕНИЕ В КОНТЕКСТЕ ДРУГИХ НОСИТЕЛЕЙ ИНФОРМАЦИИ

Собственно печатная информация на традиционных бумажных носителях составляет сегодня лишь один из каналов, обеспечивающих доступ к содержанию текстов, будь они газетными, журнальными или книжными. Еще одним из таких каналов выступает Интернет как форма трансляции текстов. *Сегодня возможности электронной сети как источника текстов используют не более 15% взрослых россиян.* Вот как распределяются информационные запросы тех, кто читает тексты в Интернете и скачивает их оттуда (можно было выбрать несколько позиций, поэтому сумма во втором столбце превышает 100%).

Таблица 12

Чтение в Интернете

| | в % к числу опрошенных | в % к числу читающих в Интернете |
|--|------------------------|----------------------------------|
| учебная литература | 6 | 39 |
| специальная литература | 6 | 38 |
| газеты и журналы | 4 | 30 |
| тексты на информационно-новостных порталах | 4 | 24 |
| художественная литература | 3 | 19 |

Лидерами обращения к интернет-каналам как источникам печатной информации являются самые молодые россияне: 18% из них читают через Интернет учебную литературу, 12% – специальную, каждый десятый – художественную. Научной литературой через Интернет пользуются также специалисты, респонденты с высшим образованием (14% данной категории). Чаще других подгрупп к Интернету как источнику текстов обращаются и респонденты с высоким потребительским статусом: 14% интересуются учебной литературой в сети, по 12% – газетно-журнальными текстами и специальной литературой, 7% – текстами на информационно-новостных порталах, 6% – художественной словесностью. При этом наименьшей популярностью Интернет как источник текстов для чтения пользуется у жителей Москвы (32% не пользуются сетью для подобных целей при 16% в среднем по выборке). Хотя число читателей интернет-текстов в среднем пока невелико, они представлены наиболее молодыми и активными группами потребителей, то есть перспективной потребительской группой⁵.

Еще малочисленнее подгруппа пользующихся аудиокнигами – она составляет лишь 4% опрошенных. Однако 18% заявляют о своей готовности использовать этот источник. В потреблении аудиокниг лидируют молодые и молодые взрослые россияне (среди 18–24-летних и 25–39-летних по 6% пользуются аудиокнигами), респонденты с высшим образованием (8%) и высоким потребительским статусом (7%), москвичи (7%). Эти же группы чаще других выражают и готовность воспользоваться аудиокнигами в будущем.

⁵ В развитых западных странах эта тенденция уже весьма ощутима. Приведем данные недавнего исследования в США (к сожалению, выборочная совокупность опрошенных и методика опроса детально не охарактеризованы в цитируемом источнике): «...в возрастной группе 12–15 лет соотношение тех, кто предпочтет получить информацию из Интернета, и тех, кто скорее купит бумажный вариант, примерно шестьдесят процентов к сорока... Ожидания относительно электронных устройств для чтения книг и других мобильных гаджетов весьма высоки. Подростки полагают, что в 2012 году они 65% времени, отведенного на чтение, будут читать электронные книги и издания. Даже в возрастной группе 55–65 лет эта цифра, по предположению опрошенных, будет составлять 40% времени, уделяемого на чтение периодики. Мужчины готовы получать информацию только из сети в большей степени, чем женщины (41% против 29%). Это, соответственно, отражается на склонности читать онлайн-журналы того или иного формата: больше всего потенциальных потребителей у сугубо мужских онлайн-журналов (65%), меньше всего – у сугубо женских (42%)». – Санин В. Журналы в цифровую эпоху // Open Space. – 2008. – 24 октября (<http://www.openspace.ru/media/paper/details/5496>).

ЧИТАТЕЛЬСКАЯ САМООЦЕНКА И УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ ЧТЕНИЕМ

Относительное большинство взрослых россиян (64%), по их собственным оценкам, стали за последние 10–15 лет читать книги меньше. Еще 16% опрошенных вообще не читали и не читают книг. Таким образом, доля сохранивших прежний уровень читательской активности или даже повысивших активность чтения книг (а она по численности примерно равна сегодня группе постоянных читателей книг) составляет на нынешний день в сумме не более четверти взрослого населения.

Вот как выглядят перечисленные тенденции в разных социально-демографических и социокультурных группах (в % к числу представителей соответствующих групп).

Таблица 13

Если говорить только о чтении книг, то по сравнению с тем, сколько Вы читали 10–15 лет назад, сейчас Вы читаете больше, примерно столько же, меньше или практически перестали читать?

(в % к соответствующей группе по строке)

| | больше | примерно столько же | меньше | практически перестал читать | не читал и не читаю | затрудняюсь ответить |
|-----------------------|--------|---------------------|--------|-----------------------------|---------------------|----------------------|
| <i>Пол</i> | | | | | | |
| мужской | 8 | 14 | 33 | 20 | 20 | 5 |
| женский | 11 | 15 | 36 | 19 | 14 | 4 |
| <i>Возраст</i> | | | | | | |
| 18–24 года | 19 | 20 | 25 | 13 | 17 | 7 |
| 25–39 года | 9 | 15 | 39 | 17 | 16 | 4 |
| 40–54 года | 6 | 16 | 43 | 20 | 14 | 2 |
| 55 лет и старше | 5 | 11 | 30 | 27 | 21 | 5 |

| Образование | | | | | | |
|--|----|----|----|----|----|----|
| высшее | 11 | 22 | 40 | 15 | 10 | 2 |
| среднее, среднее специальное | 10 | 15 | 39 | 17 | 15 | 4 |
| ниже среднего | 9 | 10 | 26 | 25 | 23 | 6 |
| Размер домашней библиотеки | | | | | | |
| до 100 книг или нет библиотеки | 8 | 9 | 31 | 24 | 24 | 5 |
| от 100 до 500 книг | 12 | 25 | 43 | 13 | 5 | 3 |
| свыше 500 книг | 24 | 23 | 43 | 5 | 1 | 4 |
| затрудняюсь ответить | 3 | 12 | 16 | 30 | 22 | 18 |
| Размер населенного пункта | | | | | | |
| Москва | 11 | 20 | 32 | 20 | 14 | 3 |
| более 500 тыс. | 10 | 16 | 36 | 19 | 14 | 5 |
| от 100 до 500 тыс. | 12 | 20 | 31 | 18 | 13 | 6 |
| города до 100 тыс. | 10 | 10 | 38 | 20 | 17 | 5 |
| село | 8 | 13 | 34 | 21 | 22 | 3 |
| Самооценка потребительского статуса | | | | | | |
| не хватает на продукты | 6 | 7 | 30 | 24 | 28 | 6 |
| не хватает на одежду | 8 | 9 | 35 | 22 | 22 | 4 |
| не хватает на вещи длительного пользования | 9 | 18 | 35 | 19 | 14 | 5 |
| не хватает лишь на дорогостоящие вещи | 16 | 18 | 35 | 15 | 12 | 4 |

Обращает на себя внимание, что доля снизивших активность чтения наиболее велика среди россиян зрелого возраста (среди 40–54-летних стали читать меньше 43%), респондентов с высшим образованием (40% данной группы), тогда как более активно читать книги стали прежде всего самые молодые россияне.

Еще одно подтверждение намеченных здесь тенденций – данные об активности чтения книг в месяц (в % к числу представителей соответствующей группы).

Таблица 14

Сколько в среднем книг в месяц Вы прочитываете?

(в % к соответствующей группе по строке из числа читающих книги)

| | одну | две-три | четыре- пять | более пяти | затруд- няюсь ответить |
|-----------------------------------|------|---------|-----------------|---------------|------------------------------|
| Пол | | | | | |
| мужской | 34 | 24 | 5 | 5 | 33 |
| женский | 35 | 28 | 6 | 6 | 25 |
| Возраст | | | | | |
| 18–24 года | 31 | 30 | 9 | 6 | 24 |
| 25–39 года | 35 | 25 | 3 | 7 | 30 |
| 40–54 года | 34 | 29 | 6 | 6 | 24 |
| 55 лет и старше | 34 | 20 | 5 | 4 | 37 |
| Образование | | | | | |
| высшее | 32 | 34 | 6 | 8 | 20 |
| среднее, среднее специальное | 34 | 29 | 6 | 6 | 25 |
| ниже среднего | 35 | 16 | 6 | 3 | 40 |
| Размер домашней библиотеки | | | | | |
| до 100 книг или нет библиотеки | 34 | 22 | 4 | 4 | 37 |
| от 100 до 500 книг | 39 | 31 | 7 | 7 | 16 |
| свыше 500 книг | 19 | 38 | 14 | 16 | 13 |
| затрудняюсь ответить | 29 | 8 | 9 | 4 | 50 |
| Размер населенного пункта | | | | | |
| Москва | 28 | 35 | 3 | 2 | 34 |
| более 500 тыс. | 32 | 27 | 6 | 9 | 26 |
| от 100 до 500 тыс. | 27 | 32 | 7 | 7 | 28 |
| города до 100 тыс. | 40 | 23 | 6 | 4 | 28 |
| село | 39 | 21 | 5 | 4 | 31 |

| <i>Самооценка потребительского статуса</i> | | | | | |
|--|----|----|---|----|----|
| не хватает на продукты | 32 | 23 | 6 | 6 | 34 |
| не хватает на одежду | 35 | 23 | 6 | 4 | 32 |
| не хватает на вещи длительного пользования | 35 | 26 | 5 | 5 | 29 |
| не хватает на дорогостоящие вещи | 31 | 30 | 6 | 10 | 23 |

Как видим, несколько выше средних здесь показатели респондентов с высшим образованием (14% из них – при 11% в среднем по выборке – читают не менее одной книги в неделю), но лидируют самые молодые россияне (18–24 лет), среди них соответствующая доля составляет 16%. Иными словами, слой образованных россиян (потенциальных и актуальных читателей книг), можно сказать, раскололся на две фракции – зрелого возраста и молодежную.

Однако при этом именно зрелая и образованная часть россиян, а по преимуществу – россиянок, лидирует среди тех, кто в целом доволен тем, что читает. *Как ни парадоксально, при таких показателях снижения активности чтения, которые были приведены выше, уровень удовлетворенности собственным чтением среди взрослых россиян сегодня весьма высок: почти три четверти опрошенных (72%) в той или иной мере удовлетворены тем, что читают.* Среди женщин и респондентов зрелого возраста (40–54 лет) этот показатель достигает 76%, среди опрошенных с высшим образованием – 78%.

Таким образом, *активность чтения книг среди россиян снизилась, но каждая подгруппа нашла себе чтение более или менее по вкусу, поэтому в сумме респонденты вполне довольны кругом своего чтения. Больше других выиграли при этом те, кто в максимальной степени перешел на чтение массовой жанровой и модной, «гламурной» словесности* – с одной стороны, женская и зрелая по возрасту часть образованных россиян, с другой – образованная молодежь (но уровень удовлетворенности в этой подгруппе чуть меньше).

Интересна в этом плане мотивация к чтению книг, как ее формулируют сами читатели. Эти данные дополняют и углубляют только что нарисованную картину активности книжного чтения и ее хронологической динамики. Часть выделенных нами выше подгрупп – женщины, люди зрелого возраста – обращаются к книгам преимущественно для того, чтобы развеяться и отвлечься от повседневных забот (ведущий мотив чтения развлекательной литературы), другая часть – самые молодые, респонденты с высшим образованием, более обеспеченные группы – для того чтобы расширить кругозор, найти новый опыт, получить специальные знания (основные мотивы обращения к нон-фикшн, научно-познавательной и специальной литературе).

Все перечисленные группы – женщины, молодежь, люди зрелого возраста, респонденты с высшим образованием – чаще других относят себя к читателям, хорошо ориентирующимся в мире книг и в основном самостоятельно выбирающим, что читать.

КАНАЛЫ ПОЛУЧЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ О КНИГАХ

Данные о каналах получения информации о книгах – важная характеристика актуальной читательской культуры, которая связана с общим состоянием социальной жизни, с состоянием культурных и социальных институтов российского общества. В сегодняшнем чтении россиян присутствие таких агентов литературной социализации, приобщения к книжной культуре, как школа и, шире, – система образования, библиотека, а также печатные СМИ, стало минимальным. Соответственно, к минимуму свелась и роль экспертного (критического) сообщества, которое должно было бы заниматься отслеживанием и анализом актуальных процессов в литературе, науке, культуре. Перед нами – один из феноменов кризиса российских элит, точнее – кандидатов в элиту.

Откуда Вы обычно узнаете о книгах, которые читаете или хотите прочитать? (ответы ранжированы)



Относительное большинство читающих респондентов узнают о книгах у своих друзей и знакомых, в семье, у родственников, в гораздо меньшей степени — у коллег (в профессиональной среде), либо полагаются при выборе чтения «на себя». *Прежние институты книжной культуры — библиотека, школа, вуз, литературная критика — утратили не только свое прежнее символическое значение, авторитетность, но и свою прежнюю роль в структурировании процессов массового чтения, представлении и распространении влия-*

тельных образцов. Принципиально важно, что для большинства читателей авторитетной инстанцией выступают не специализированные группы, не профессионалы или эксперты, будь то учителя, библиотекари, преподаватели, критики или журналисты, а именно «свои», «такие же, как я». Это свидетельствует о процессах обваль-ной массовизации и параллельной фрагментации читательской культуры, культурного усреднения, когда уже едва ли можно говорить о лидирующих или «опережающих» культурных группах читателей, которые могли бы выступать носителями культурной новации, дифференциации специализированных институтов.

Отметим, что среди учащихся и студентов только 30% говорят о том, что они узнают об интересующих их книгах из программы обучения, а среди молодежи 18–24 лет таких уже только 18%. В группе людей с высшим образованием лишь каждый десятый говорит о том, что узнает об интересных для себя книгах из газет или журналов, при этом 8% этой группы упоминают телевидение, где количество передач, посвященных книгам, можно пересчитать по пальцам. В группе образованных чуть более значимым оказывается круг коллег, соучеников, сокурсников (22% при 14% в среднем); среди руководителей этот показатель еще выше (26%), в этой последней подгруппе также и самый высокий показатель обращения к печатным изданиям как каналу информации о книгах (14%; среди специалистов – 9%).

КАНАЛЫ ПОЛУЧЕНИЯ КНИГ

Как и в прошлых опросах Левада-Центра, главными каналами получения книг для чтения является покупка и неформальный круг друзей. Покупают книги для чтения ощутимо чаще респонденты с высшим образованием, москвичи (среди которых, правда, особенно распространена покупка «массовидная» – в ларьках, киосках, на развалах, в супермаркетах), люди с высоким доходом и относительно высоким потребительским статусом (для которых проблематичной является только покупка действительно дорогих вещей), люди с высоким социально-профессиональным положением (руководители, управленцы). Но при этом использование «неформальных» каналов получения книг распространено примерно одинаково

практически во всех социально-демографических группах. Ощутимо ниже среднего показателя использование этого канала только среди руководителей и управленцев, людей с высоким потребительским статусом (30 и 33% при 43% в среднем).

График 8

Где Вы обычно берете художественную литературу, которая Вас интересует? (ответы ранжированы)



* Суммированы варианты ответов о покупке.

Массовая библиотека как канал получения художественной литературы сохраняет значимость для одной шестой опрошенных (17%). Прежде всего здесь выделяется группа учащихся и студентов (34%), для которых чтение в значительной мере связано с школьной или институтской программой и является обязательным. В полученных данных также явно просматривается сохраняющаяся «остаточная» значимость массовой библиотеки для социальной периферии — ма-

лообеспеченных и малоимущих людей, живущих далеко от «центра», особенно на селе. Но это те группы населения, которые наименее активно включены в читательскую культуру, так что из контингента читателей массовых библиотек явно и последовательно вымываются активные читатели с дифференцированными запросами.

Таблица 15

Где Вы обычно берете художественные книги, которые Вас интересуют?

(в % к соответствующей группе по столбцу из числа читающих книги)

| | РАЗМЕР НАСЕЛЕННОГО ПУНКТА | | | | | |
|---|---------------------------|--------|----------------|--------------------|--------------------|------|
| | всего | Москва | более 500 тыс. | от 100 до 500 тыс. | города до 100 тыс. | село |
| в районной (городской) библиотеке | 17 | 9 | 13 | 14 | 18 | 23 |
| в научной библиотеке, библиотеке вуза | 3 | 2 | 2 | 5 | 2 | 1 |
| покупаю в магазинах и на книжных рынках, в ларьках и т.п. | 67 | 87 | 72 | 74 | 59 | 57 |
| покупаю в Интернете | 1 | 2 | 2 | 0 | 1 | 1 |
| «скачиваю» из Интернета, читаю в Интернете | 4 | 7 | 5 | 5 | 1 | 2 |
| беру из своей домашней библиотеки | 32 | 38 | 32 | 32 | 33 | 27 |
| беру почитать у друзей, знакомых, сослуживцев | 43 | 47 | 42 | 35 | 49 | 44 |
| затрудняюсь ответить | 2 | 1 | 1 | 3 | 1 | 5 |

Примерно треть опрошенных сообщили, что берут для чтения книги из своей домашней библиотеки. Если покупку книг, обращение в библиотеку, а также использование неформальных каналов получения книг у друзей и знакомых можно считать в той или иной мере активным читательским поведением, когда в репертуар чтения с определенной вероятностью входят и «новые» книги, а читатели в какой-то мере участвуют в актуальных процессах книжной культуры, то ориентацию на собственные домашние собрания (в большинстве своем не слишком значительные) можно рассматривать как признак ухода от актуальной проблематики, от сложности настоящего. Понятно, что респонденты пользуются различными каналами. Однако такой высокий показатель (от одной пятой до более двух пятых в различных группах) ориентации на свою домашнюю библиотеку при том, что почти у половины опрошенных ее практически нет (49%), говорит о склонности значительной части читательской публики ограничиваться «старым багажом», о своего рода культурном изоляционизме и эскапизме. Такого рода апелляция к домашней библиотеке, символически значимой в позднесоветские времена дефицитарной книжной культуры, выступает и как декларативная защита собственной дезадаптации, дезориентированности и слабости. Не случайно этот показатель наиболее высок среди читающих пожилых, пенсионеров, то есть в тех группах постсоветского общества, где дезадаптированность и социальная изоляция, признаки социального неблагополучия особенно сильны.

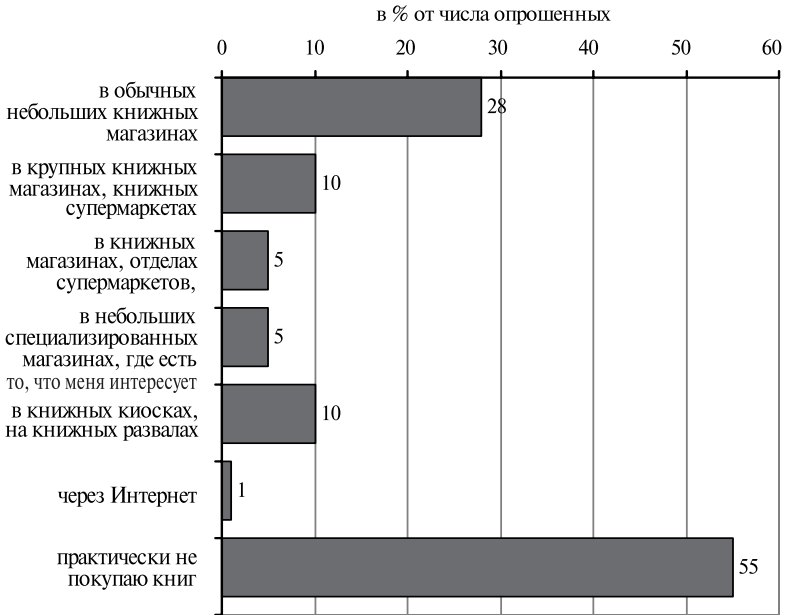
Покупка книг через Интернет распространена еще очень незначительно и составляет даже в самой обеспеченной среде, а также среди учащейся молодежи, максимально включенной в интернет-активность, не более 2–3% опрошенных. Вместе с тем чтение книг в Интернете и «скачивание» распространены уже шире и в некоторых группах составляют заметную долю. И все же сегодня пока еще вряд ли можно сказать, что даже в этих «продвинутых» группах интернет-чтение и «скачивание» текстов сколько-нибудь значимо конкурирует с книгопокупкой.

Покупка книг

Доля людей, не покупающих книги, как и по данным 2005 г., составляет несколько больше половины взрослых россиян (55%, в 2005 г. – 52%), что несколько выше, чем доля практически не читающих книги или читающих их крайне редко (46%). Книги реже покупают мужчины (62%), низкообразованные респонденты (68%), но особенно пожилые и малообразованные группы, которые в значительной мере пересекаются (среди пенсионеров таких 80%).

График 9

Покупаете ли Вы книги, и если да, то где Вы их покупаете чаще всего?



Покупательская активность резко сокращается с переходом в предпенсионный и пенсионный возраст (в группе 40–54 лет не покупают книги 49%, а в группе старше 55 лет – уже 74%). Явно просматривается связь покупательской активности с уровнем образования: среди респондентов с высшим образованием не покупают книги 40%, со средним и средним специальным – 51%, с образованием ниже среднего – 68%.

Наиболее четко покупательскую активность определяют не только уровень дохода, но и субъективные оценки потребительского статуса. Чем выше доход/субъективная оценка потребительского статуса (что обусловлено не только собственно доходом, но и приоритетами трат, ценностными предпочтениями), тем выше доля покупающих книги и тем интенсивнее они используют все имеющиеся возможности.

Таблица 16

Покупаете ли Вы книги, и если да, то где Вы их покупаете чаще всего?
(в % к соответствующей группе по столбцу)

| | Потребительский статус | | | |
|--|------------------------|------------------------|---------------------|--|
| | не хватает на еду | трудно покупать одежду | трудно покупать ТДП | трудно покупать действительно дорогие вещи |
| в обычных небольших книжных магазинах | 12 | 21 | 32 | 34 |
| в крупных книжных магазинах, книжных супермаркетах | 3 | 5 | 10 | 19 |
| в книжных магазинах, отделах супермаркетов, торговых центров, мега-моллов | 1 | 3 | 7 | 7 |
| в небольших специализированных магазинах, где есть то, что меня интересует | 4 | 3 | 5 | 7 |
| в книжных киосках, на книжных развалах | 8 | 8 | 11 | 12 |
| через Интернет | -- | 0 | 1 | 4 |
| практически не покупаю книг | 75 | 68 | 50 | 39 |

Отметим, что относительно обеспеченные респонденты (имеются в виду те, для кого не проблема покупка ТДП, так как более высокий потребительский статус представлен в выборке статистически незначительно) отличаются от тех, кто «выживает», кому денег хватает на пропитание и одежду, тем, что первые заметно активнее посещают большие книжные магазины и супермаркеты, чуть активнее – специализированные магазины, а также пользуются покупкой через Интернет. Это говорит о том, что в экономически адаптированной среде покупка книг стала частью повседневных трат.

Половина покупателей сообщают, что они покупают книги для своей домашней библиотеки; примечательно, что чаще среднего об этом заявляют не только люди с высшим образованием (57% данной группы), руководители (57%), но и люди с самым низким потребительским статусом (56%), а еще чаще – пожилые (61% группы старше 55 лет) и пенсионеры (65%).

График 10

Для чего Вы чаще всего покупаете книги?

(ответы ранжированы)



Иными словами, *символическая (или статусная) значимость домашней библиотеки постепенно уходит, теряет свою обязательную силу для людей активных социальных возрастов – сфера культуры организована для них сегодня уже не так, как в советские времена, и обладание книгами перестает быть значимым идентификационным признаком, символом социального и культурного статуса*. Хотя большинство опрошенных (53%) в ответ на вопрос, как они поступают с книгами, которые им не очень нужны и которые они вряд ли будут перечитывать, отвечают: «продолжаю их хранить, ведь это моя домашняя библиотека», остальные стараются от книг так или иначе избавиться. Самый часто упоминаемый способ при этом – «отдать тем, кому они могут понадобиться» (25%).

При этом чуть более трети опрошенных (34%) уже покупают книги, не собираясь их хранить. Особенно значимых социально-демографических и иных групповых различий здесь нет; ощутимо чаще, чем в среднем по выборке, так поступают жители крупных – свыше 500 тыс. жителей – городов (44%), а также москвичи (38%). Примечательно, что москвичи по сравнению с жителями других типов поселений не выглядят лидерами по разнообразию целей покупки книг, при том что доступность и разнообразие книг в Москве несопоставимо больше, чем в провинции и даже крупных городах. Единственный показатель, по которому активность москвичей явно превышает средние, – это покупка книг в подарок.

Таблица 17

Для чего Вы чаще всего покупаете книги?

(в % к соответствующей группе по столбцу, от тех, кто покупает книги)

| | В среднем по выборке | Тип поселения | | | | |
|--|----------------------|---------------|----------------|--------------------|--------------------|------|
| | | Москва | более 500 тыс. | от 100 до 500 тыс. | города до 100 тыс. | село |
| чтобы просто прочитать и отдать или выкинуть | 34 | 38 | 44 | 28 | 32 | 31 |

| | | | | | | |
|-------------------------------|----|----|----|----|----|----|
| для своей домашней библиотеки | 50 | 52 | 52 | 55 | 51 | 41 |
| для учебы | 16 | 14 | 16 | 20 | 13 | 17 |
| для работы | 13 | 11 | 14 | 11 | 13 | 17 |
| для детей | 21 | 17 | 12 | 22 | 24 | 26 |
| в подарок | 21 | 27 | 17 | 26 | 17 | 22 |
| другое | 5 | 7 | 3 | 5 | 2 | 8 |
| затрудняюсь ответить | 2 | -- | 1 | 1 | -- | 5 |

Незначительно отличается от средних показателей и разнообразие целей покупки среди специалистов, которые могли бы рассматриваться как лидирующая читательская группа: значительно чаще среднего они покупают только книги для работы – 28% при среднем показателе 13%. Понятно, что учащиеся и студенты, покупающие книги (а таких среди них более половины), особенно активны в покупке книг для учебы (72% данной группы). Заметим, что покупатели книг, живущие в деревне, более интенсивно, чем москвичи, и примерно так же, как респонденты с высшим образованием, покупают книги для учебы, работы, для детей. Интересно также, что чаще среднего книги для детей и книги в подарок покупают наименее обеспеченные покупатели (в группе с низким доходом по 27% соответственно, тогда как в группе с высоким – 21 и 22%), сходная картина среди респондентов с низким потребительским статусом, которые чаще других покупают книги для детей. *Символическая значимость книги, чтения, книжной культуры, раньше служившая отличительным признаком городской и столичной интеллигенции, сегодня сохраняется по преимуществу в периферийных и малообеспеченных слоях российского социума.*

За минувшие три года интенсивность книгопокупки особенно не изменилась. Поскольку вопрос задавался в 2005 г. по другой шкале, мы можем оперировать только огрубленными данными: более 5 книг за год покупали, как в прошлом замере, так и сейчас,

Сколько примерно книг Вы купили за последние 12 месяцев?



треть всех покупателей. Доля активных покупателей, приобретающих в среднем хотя бы одну книгу в месяц, составляет, если ориентироваться на данные прошлого замера, чуть более одной десятой.

В исследовании 2005 г. было зафиксировано существенное расхождение между реальной покупкой книг и готовностью респондентов выделить из семейного бюджета деньги на покупку.

Таблица 18

Какую сумму в месяц Вы готовы выделить из бюджета семьи или из своих личных денег на покупку книг?

(в % от числа покупающих книги в соответствующем замере, без затруднившихся ответить)

| | 2005 | 2008 |
|---|------|------|
| более 1000 рублей | 3 | 9 |
| 501–1000 рублей | 7 | 16 |
| 201–500 рублей | 24 | 31 |
| 101–200 рублей | 27 | 26 |
| до 100 рублей | 33 | 10 |
| в настоящее время мы не можем позволить себе покупку книг | 6 | 4 |

Из приведенного сравнения данных видно, что среди покупателей произошло значительное — более чем в 3 раза! — сокращение доли тех, кто мог позволить себе потратить на книги лишь самую небольшую сумму (можно предположить, что это связано с ощутимым для большинства населения относительным повышением благополучия, уверенности в жизни, самооценок за последние полтора-два года). Вместе с тем существенно возросла доля людей, готовых тратить на книги довольно много, — более 500 рублей в месяц в 2005 г. готово было потратить 10% покупателей, а в 2008 г. — 25%. Кроме уже приведенного общего аргумента, одним из возможных объяснений такой динамики может быть в данном конкретном случае «вымывание» из массива покупателей не только наименее обеспеченных слоев населения, но и пожилых россиян, ведь самые высокие показатели не покупающих книги в группе старше 55 лет, среди людей с низким доходом и самым низким потребительским статусом (74–75%).

Таблица 19

Какую сумму в месяц Вы готовы выделить на покупку книг из семейного или личного бюджета?

(в % к соответствующей группе по строке, от покупающих книги)*

| | до 100 руб. | 101–200 руб. | 201–500 руб. | 501–1000 руб. | свыше 1000 руб. |
|------------------------|-------------|--------------|--------------|---------------|-----------------|
| В среднем | 10 | 26 | 31 | 16 | 9 |
| Тип потребления | | | | | |
| низкий | 16 | 36 | 10 | 13 | 5 |
| нижний средний | 14 | 25 | 24 | 15 | 11 |
| средний | 9 | 29 | 35 | 13 | 7 |
| высший средний | 7 | 16 | 32 | 23 | 13 |
| Доход | | | | | |
| низкий | 19 | 34 | 20 | 9 | - |
| средне-низкий | 12 | 39 | 22 | 11 | 7 |
| средне-высокий | 11 | 21 | 34 | 16 | 8 |
| высокий | 6 | 21 | 36 | 21 | 12 |
| Образование | | | | | |
| высшее | 7 | 19 | 39 | 20 | 9 |
| среднее | 10 | 25 | 30 | 18 | 9 |
| ниже среднего | 13 | 34 | 24 | 7 | 9 |

| <i>Тип поселения</i> | | | | | |
|----------------------|----|----|----|----|----|
| Москва | 10 | 27 | 40 | 11 | 7 |
| большие города | 9 | 23 | 28 | 20 | 7 |
| средние города | 6 | 29 | 34 | 15 | 8 |
| малые города | 13 | 27 | 29 | 12 | 13 |
| села | 12 | 24 | 30 | 18 | 8 |

** Не приводятся данные о тех, кто в настоящее время не может себе позволить покупку книг, в среднем — 4% от покупающих книги.*

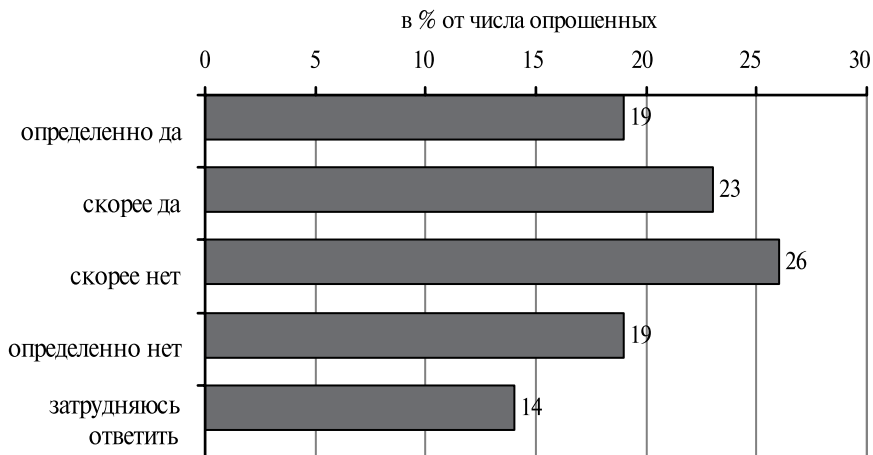
За минувшие годы произошел ощутимый рост цен на книги, и все же, как и в прошлом замере, значительная часть опрошенных (в сумме 56%) заявляют, что могли бы тратить на книги гораздо больше, чем это, судя по всему, происходит в реальности (по данным 2005 г. доля людей, купивших в месяц хотя бы одну книгу, составляла чуть более одной десятой). Таким образом, мы скорее имеем дело с декларативной готовностью покупать книги, что свидетельствует о все-таки сохраняющейся в какой-то мере ценностной отмеченности книгопокупки как знака поведения «культурного человека». Судя по всему, такая позиция более характерна для образованных людей, но живущих на периферии, в провинции, тогда как в столичных центрах покупка книг, похоже, приобретает все менее ценностно-окрашенный, более обыденный или деловой характер. Так, среди москвичей доля людей, готовых тратить на книги более 500 рублей в месяц, ниже, чем в других типах поселения. По-видимому, речь здесь может идти как об известном пресыщении книжным потреблением наиболее обеспеченных книгами столичных жителей, так и о конкуренции чтения в столице с другими формами проведения досуга, в том числе — более яркими и модными.

Расхождение между декларированной готовностью тратить деньги на книги и реальным покупательским поведением можно интерпретировать и так, что **цена книги не является решающим фактором для современного потребителя**. Это не значит, что у россиян нет проблем с деньгами, а скорее показывает, что книги они поку-

пают не слишком часто и в привычных для них пунктах — зачастую это киоски и палатки, куда попадают книги только средней ценовой категории. Средние покупатели не очень большого количества книг просто не обращают внимание на выходящие за эти ценовые рамки действительно дорогие книги. Иными словами, они приобретают более менее привычный и приличный ассортимент в доступном им ценовом диапазоне (выше мы уже говорили об утрате престижно-символической роли книги и чтения для большинства россиян). Поэтому респонденты по большей части и указывают, что при покупке книг обращают внимание прежде всего на тематику (52%), затем на жанр книги (43%), на автора (38%) и только потом на цену (33%). Книги данной тематики и жанра, как правило, стоят не очень дорого.

График 12

Если бы у Вас было больше денег, стали бы Вы покупать больше книг?



Если вообще исключить из рассмотрения финансовую сторону вопроса, то доли тех, кто стал, и тех, кто не стал бы покупать больше книг, оказываются, как видим, почти равными: 42% и 45%. Такое распределение ответов может свидетельствовать о том, что покупка книг, а значит и читательская активность, скорее не

являются для российского общества сегодня символически окрашенным, ценностно-ориентированным поведением. Те, кто хотел бы покупать больше книг, если бы у них было больше денег, чаще среднего представлены в зрелых (но не старших) возрастах, в группе с высшим образованием (52%) в городах среднего размера (50%). Кроме того, больше стали бы покупать не только самые высокостатусные респонденты (57% руководителей стали бы приобретать больше книг, 36% – нет), но и простые служащие (соответствующее соотношение – 50 к 37%).

Фактор уровня дохода оказывается здесь практически незначимым: среди самых бедных соотношение желающих покупать больше и не желающих 40 к 47%, среди наиболее обеспеченных – 41 к 43%. Таким образом, символическая или ценностная отмеченность книгопокупки, повторим, скорее сохраняется среди образованных жителей средних и малых городов, куда не докатился современный (до финансового кризиса в октябре 2008 г.) бум городского потребления. Тут особенно показательны и ответы москвичей: среди них больше всего затруднившихся с ответом, а это свидетельствует о том, что для столичных жителей проблемы чтения, выбора книг, книжной культуры потеряли значимость.

Таблица 20

Если бы у Вас было больше денег, стали бы Вы покупать больше книг?

(в % к соответствующей группе по столбцу)

| | В среднем по выборке | РАЗМЕР НАСЕЛЕННОГО ПУНКТА | | | | |
|------------------------------|----------------------|---------------------------|----------------|--------------------|--------------------|------|
| | | Москва | более 500 тыс. | от 100 до 500 тыс. | города до 100 тыс. | село |
| определенно да / скорее да | 42 | 37 | 41 | 50 | 43 | 38 |
| скорее нет / определенно нет | 45 | 33 | 45 | 43 | 43 | 49 |
| затрудняюсь ответить | 14 | 30 | 14 | 8 | 14 | 13 |

Почему Вы не стали бы покупать больше книг?*(в % от ответивших, ответы ранжированы по убывающей)*

| | |
|--|----|
| книги меня не особенно интересуют | 37 |
| у меня не хватает времени читать книги | 28 |
| мне вполне достаточно тех книг, которые есть у меня дома | 14 |
| я всегда могу взять интересные книги у знакомых, друзей | 13 |
| выходит не так много интересных книг | 8 |
| я могу взять все, что меня интересует, в библиотеке | 6 |
| дома нет места для новых книг | 5 |
| я могу скачать/прочитать то, что мне нужно, в Интернете | 5 |
| книг так много, что не знаешь, что тебе нужно | 3 |
| затрудняюсь ответить | 4 |

Самым распространенным объяснением нежелания покупать больше книг является отсутствие интереса к ним. Такая позиция характерна в большей мере для самых бедных, наименее адаптированных и социально незащищенных слоев населения. Но и среди более обеспеченных и квалифицированных групп такое объяснение представлено широко (от четверти и более в соответствующих группах). Второй по распространенности мотив — «нехватка времени для чтения» — также выражает отсутствие особого интереса к чтению, когда бюджет свободного времени выстраивается на основании других приоритетов (работа для наиболее активных, семья — для более пассивных, развлечения вне дома — для молодежи, телевидение — для остальных).

ДОМАШНИЕ БИБЛИОТЕКИ

Таблица 22

Сколько приблизительно книг имеется в Вашей домашней библиотеке?

(в % ответивших, без учета затруднившихся)

| | 1995 | 1996 | 1997 | 1998 | 2000 | 2002 | 2005 | 2008 |
|-------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| не имею книг дома | 24 | 28 | 27 | 32 | 34 | 30 | 27 | 24 |
| до 100 книг | 34 | 34 | 37 | 35 | 35 | 37 | 37 | 39 |
| 100–300 книг | 21 | 22 | 21 | 20 | 18 | 21 | 21 | 21 |
| 300–500 книг | 11 | 8 | 9 | 7 | 8 | 7 | 8 | 10 |
| 500–1000 книг | 6 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| свыше 1000 книг | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 3 | 2 |
| Число опрошенных | N=2400 | N=2400 | N=2400 | N=2400 | N=2400 | N=2100 | N=2400 | N=2000 |

Как можно видеть, в сравнении с предыдущим замером 2005 г. *доля российских семей, имеющих большие домашние библиотеки, за последние три года практически не изменилась*. И все же в сравнении с ситуацией на середину 1990-х гг. их общее число сократилось. Можно сделать вывод, что со второй половины 1990-х до начала 2000-х гг. количество таких домашних собраний книг уменьшалось, они расплылись и т.п. Однако за последние три-четыре года ситуация начала относительно улучшаться и количество подобных библиотек сравнялось с показателями 1996 г., произошло примерное восстановление тогдашнего уровня.

Сколько примерно книг имеется в вашей домашней библиотеке?

(в % к соответствующей группе по строке)

| | нет домаш- ней библио- теки | до 100 книг | от 100 до 300 книг | от 300 до 500 книг | от 500 до 1000 книг | свыше 1000 книг | затруд- няюсь ответить |
|---|---|----------------|--------------------------|--------------------------|---------------------------|-----------------------|------------------------------|
| <i>Пол</i> | | | | | | | |
| мужской | 25 | 37 | 20 | 9 | 3 | 2 | 5 |
| женский | 22 | 37 | 21 | 10 | 4 | 2 | 4 |
| <i>Возраст</i> | | | | | | | |
| 18–24 года | 26 | 36 | 19 | 9 | 3 | 1 | 6 |
| 25–39 года | 24 | 40 | 19 | 8 | 3 | 2 | 4 |
| 40–54 года | 19 | 37 | 23 | 12 | 5 | 2 | 4 |
| 55 лет и старше | 27 | 35 | 19 | 9 | 3 | 4 | 4 |
| <i>Образование</i> | | | | | | | |
| высшее | 12 | 32 | 26 | 16 | 7 | 4 | 3 |
| среднее, среднее специальное | 22 | 37 | 22 | 9 | 3 | 3 | 4 |
| ниже среднего | 32 | 40 | 15 | 5 | 2 | 1 | 6 |
| <i>Размер населенного пункта</i> | | | | | | | |
| Москва | 13 | 32 | 21 | 16 | 11 | 4 | 5 |
| более 500 тыс. | 22 | 31 | 25 | 10 | 3 | 4 | 6 |
| от 100 до 500 тыс. | 19 | 33 | 23 | 11 | 4 | 3 | 9 |
| города до 100 тыс. | 23 | 40 | 21 | 8 | 4 | 1 | 3 |
| село | 31 | 43 | 14 | 7 | 2 | 1 | 2 |

| <i>Самооценка потребительского статуса</i> | | | | | | | |
|--|----|----|----|----|---|---|---|
| не хватает на продукты | 44 | 36 | 11 | 3 | 1 | 3 | 2 |
| не хватает на одежду | 31 | 37 | 17 | 7 | 2 | 2 | 4 |
| не хватает на вещи длительного пользования | 19 | 38 | 22 | 11 | 4 | 2 | 5 |
| не хватает лишь на дорогостоящие вещи | 13 | 33 | 26 | 12 | 8 | 4 | 4 |

Максимум тех, у кого фактически нет домашней библиотеки (кроме нескольких разрозненных книг), – наименее образованные и обеспеченные россияне, жители села. Напротив, максимум тех, кто располагает дома собственными и самыми большими книжными ресурсами, можно встретить среди россиян с высшим образованием (у 11% из них имеются библиотеки свыше 500 томов), наиболее обеспеченного слоя (12%), среди жителей Москвы (15%).

Добавим, что домашние библиотеки заметно чаще отсутствуют у тех респондентов (семей), родители которых также не имели книг дома, тогда как большие библиотеки, как правило, имеются у тех, чьи родители располагали солидными домашними собраниями книг.

Таблица 24

**Сколько примерно книг было у Ваших родителей, в доме,
где Вы выросли?**

(в % к соответствующей группе по строке)

| | нет домаш- ней библио- теки | до 100 книг | от 100 до 300 книг | от 300 до 500 книг | от 500 до 1000 книг | свыше 1000 книг | затруд- няюсь отве- тить |
|--|---|----------------|--------------------------|--------------------------|---------------------------|-----------------------|-----------------------------------|
| <i>Пол</i> | | | | | | | |
| мужской | 29 | 28 | 16 | 9 | 3 | 3 | 13 |
| женский | 29 | 31 | 15 | 8 | 4 | 3 | 11 |
| <i>Возраст</i> | | | | | | | |
| 18–24 года | 19 | 31 | 21 | 10 | 4 | 3 | 12 |
| 25–39 года | 22 | 29 | 19 | 11 | 4 | 4 | 11 |
| 40–54 года | 26 | 35 | 14 | 8 | 3 | 3 | 13 |
| 55 лет и старше | 47 | 23 | 8 | 5 | 2 | 2 | 13 |
| <i>Образование</i> | | | | | | | |
| высшее | 17 | 27 | 21 | 12 | 7 | 5 | 11 |
| среднее, среднее специальное | 26 | 30 | 17 | 10 | 3 | 3 | 12 |
| ниже среднего | 39 | 31 | 10 | 4 | 2 | 2 | 14 |
| <i>Размер домашней библиотеки</i> | | | | | | | |
| до 100 книг или нет библиотеки | 40 | 36 | 10 | 3 | 1 | 1 | 9 |
| от 100 до 500 книг | 12 | 23 | 30 | 19 | 5 | 2 | 9 |
| свыше 500 книг | 12 | 17 | 6 | 14 | 19 | 27 | 6 |
| затрудняюсь ответить | 4 | 6 | 4 | 1 | 2 | 1 | 82 |

| <i>Размер населенного пункта</i> | | | | | | | |
|--|----|----|----|----|----|----|----|
| Москва | 12 | 21 | 16 | 13 | 12 | 6 | 21 |
| более 500 тыс. | 26 | 30 | 17 | 10 | 2 | 4 | 11 |
| от 100 до 500 тыс. | 25 | 28 | 19 | 8 | 4 | 3 | 14 |
| города до 100 тыс. | 31 | 31 | 14 | 6 | 3 | 3 | 12 |
| село | 37 | 31 | 12 | 8 | 2 | 2 | 9 |
| <i>Самооценка потребительского статуса</i> | | | | | | | |
| не хватает на продукты | 51 | 27 | 6 | 2 | 1 | -- | 12 |
| не хватает на одежду | 41 | 29 | 10 | 5 | 2 | 2 | 10 |
| не хватает на вещи длительного пользования | 23 | 30 | 18 | 10 | 4 | 3 | 14 |
| не хватает лишь на дорогостоящие вещи | 18 | 30 | 19 | 11 | 5 | 7 | 10 |

ЧТЕНИЕ В КОНТЕКСТЕ СЕМЕЙНЫХ И ДРУЖЕСКИХ КОММУНИКАЦИЙ

Чтение вписано в контекст межличностных отношений человека. Интерес к книгам поддерживает и воспроизводит эти отношения, но и сам воспроизводится и поддерживается ими. В других случаях (других типах семей и внутрисемейных отношений) можно наблюдать, напротив, сокращение и обрыв коммуникаций, которые опосредуются печатью, книгой.

Обсуждаете ли Вы с кем-либо то, что прочитали, или самое интересное из прочитанного, и если да, то с кем чаще всего?

(в % к соответствующей группе по строке)

| | с женой, мужем, партне- ром | с деть- ми | с роди- телями | с дру- зьями | с кол- легами | в Интер- нете | ни с кем | затруд- няюсь отве- тить |
|-----------------------------------|--------------------------------------|------------------|-------------------|-----------------|------------------|---------------------|-------------|-----------------------------------|
| Пол | | | | | | | | |
| мужской | 24 | 7 | 5 | 26 | 10 | 2 | 38 | 11 |
| женский | 18 | 16 | 9 | 36 | 15 | 1 | 31 | 8 |
| Возраст | | | | | | | | |
| 18–24 года | 11 | 1 | 14 | 43 | 10 | 2 | 35 | 8 |
| 25–39 года | 21 | 8 | 8 | 32 | 16 | 1 | 35 | 8 |
| 40–54 года | 29 | 21 | 4 | 30 | 18 | 0 | 31 | 7 |
| 55 лет и старше | 19 | 13 | 2 | 22 | 7 | 0 | 39 | 15 |
| Образование | | | | | | | | |
| высшее | 27 | 16 | 7 | 39 | 21 | 1 | 28 | 5 |
| среднее, среднее специальное | 21 | 13 | 7 | 32 | 12 | 1 | 35 | 8 |
| ниже среднего | 16 | 9 | 7 | 27 | 9 | 1 | 37 | 14 |
| Размер домашней библиотеки | | | | | | | | |
| до 100 книг или нет библиотеки | 17 | 9 | 5 | 29 | 12 | 1 | 38 | 11 |
| от 100 до 500 книг | 26 | 17 | 9 | 35 | 15 | 1 | 29 | 5 |
| свыше 500 книг | 35 | 21 | 11 | 37 | 18 | 1 | 29 | 2 |
| затрудняюсь ответить | 8 | 2 | 6 | 32 | 4 | 4 | 24 | 29 |

| <i>Размер населенного пункта</i> | | | | | | | | |
|--|----|----|---|----|----|----|----|----|
| Москва | 26 | 14 | 6 | 41 | 17 | 1 | 32 | 2 |
| более 500 тыс. | 22 | 13 | 8 | 34 | 10 | 1 | 29 | 12 |
| от 100 до 500 тыс. | 18 | 13 | 9 | 39 | 13 | 1 | 29 | 9 |
| города до 100 тыс. | 20 | 10 | 6 | 27 | 13 | 1 | 39 | 10 |
| село | 20 | 12 | 7 | 26 | 14 | 1 | 37 | 9 |
| <i>Самооценка потребительского статуса</i> | | | | | | | | |
| не хватает на продукты. | 11 | 8 | 5 | 25 | 3 | -- | 53 | 10 |
| не хватает на одежду | 20 | 11 | 6 | 26 | 11 | 0 | 41 | 11 |
| не хватает на вещи длительного пользования | 21 | 12 | 8 | 34 | 14 | 1 | 30 | 9 |
| не хватает на дорогостоящие вещи | 23 | 16 | 8 | 34 | 16 | 3 | 29 | 6 |

На основе приведенных данных можно выделить два круга общения, в которые вписаны книга и чтение:

1) семейный, включая межпоколенческий — чаще всего обсуждают прочитанное с женой или подругой мужчины, москвичи, респонденты зрелых лет (40–54 года) с высшим образованием, тогда как с детьми — женщины, опять-таки респонденты зрелого возраста, с высшим образованием;

2) дружеский, включая коллег по учебе и работе — здесь вновь лидируют женщины, самые молодые россияне, москвичи, люди с высшим образованием.

Таким образом, можно сказать, что *передача книжной и читательской культуры идет через слой образованных и урбанизирован-*

ных россиян, но чаще — россиянок, в процессах их коммуникации с друзьями и коллегами (молодежь) и детьми (женщины зрелого возраста). Уровень благосостояния (потребительский статус) самым тесным образом связан с обменом образцами книжной и читательской культуры: более обеспеченные респонденты последовательно лидируют во *всех* типах коммуникации значений, связанных с книгой и чтением, — от внутрисемейных до электронно-сетевых. Наличие большой домашней библиотеки коррелирует с высокой активностью обсуждения прочитанного как в семейном, так и в дружеском контексте. Напротив, отсутствие книг дома ослабляет и желание обсуждать прочитанное, что особенно важно — как с родителями (для молодежи), так и с детьми (для зрелых и старших возрастных групп).

Где можно наблюдать ослабление или обрыв коммуникаций книжной и читательской культуры? Скорее во взаимоотношениях мужчин, в низкообразованных группах, среди малообеспеченных россиян (42% последних практически ни с кем не обсуждают прочитанное, в среднем по выборке соответствующий показатель составляет 34%). Характерно, что именно среди старших возрастных групп, низкообразованных респондентов, жителей села, малообеспеченных россиян наиболее велика доля, во-первых, тех, кому не читали книг в детстве, во-вторых, тех, кому не рассказывали или перестали рассказывать о прочитанном дети, и, в-третьих, тех, кто сам не рассказывал либо перестал рассказывать о прочитанном своим детям. Из других исследований Левада-Центра, включая исследования чтения детей и подростков, известно, что *наличие больших домашних библиотек в семье коррелирует с более прочными установками молодежи на хорошую учебу в школе и на высшее образование, причем особого, высокого качества, и с более уравновешенными, взаимно-заинтересованными отношениями членов семьи друг к другу.*

ПОЛЬЗОВАНИЕ ГОСУДАРСТВЕННЫМИ БИБЛИОТЕКАМИ

Таблица 26

Пользование библиотеками

(в % к опрошенным в соответствующем замере)

| | 1999 | 2003 | 2005 | 2008 |
|---|--------|--------|--------|--------|
| пользуются одной или несколькими библиотеками | 18 | 18 | 24 | 23 |
| не пользуются библиотеками | 82 | 68 | 76 | 77 |
| Число опрошенных | N=2400 | N=2100 | N=2400 | N=2000 |

В целом более трех четвертей (77%) взрослого населения России не пользуются сегодня никакими общественными и государственными библиотеками. Больше всего не пользующихся библиотеками среди самых пожилых и наименее обеспеченных россиян, людей с образованием ниже среднего, принадлежащих к наименее благополучным слоям населения (среди тех, кому не хватает денег даже на продукты, – 87%), а также среди москвичей.

Таблица 27

Пользование библиотеками

(в % к соответствующей группе по строке)

| Характеристики опрошенных | Берут книги в библиотеках | | | не берут книги в библиотеках |
|---------------------------|---------------------------|-------------------------------|----------|------------------------------|
| | городской, районной | университетской, институтской | школьной | |
| Пол | | | | |
| мужской | 13 | 4 | 2 | 80 |
| женский | 18 | 3 | 3 | 75 |

| | | | | |
|---|----|----|---|----|
| <i>Возраст</i> | | | | |
| 18–24 года | 19 | 16 | 1 | 66 |
| 25–39 года | 16 | 3 | 1 | 79 |
| 40–54 года | 14 | 0 | 2 | 82 |
| 55 лет и старше | 11 | -- | 1 | 85 |
| <i>Образование</i> | | | | |
| высшее | 19 | 6 | 2 | 69 |
| среднее, среднее специальное | 17 | 5 | 1 | 77 |
| ниже среднего | 11 | 1 | 5 | 83 |
| <i>Размер домашней библиотеки</i> | | | | |
| до 100 книг или нет совсем | 13 | 3 | 3 | 81 |
| от 100 до 500 книг | 21 | 4 | 3 | 70 |
| свыше 500 книг | 24 | 5 | 3 | 67 |
| <i>Размер населенного пункта</i> | | | | |
| Москва | 11 | 3 | 3 | 82 |
| более 500 тыс. | 13 | 4 | 2 | 79 |
| от 100 до 500 тыс. | 16 | 7 | 2 | 75 |
| города до 100 тыс. | 15 | 2 | 3 | 79 |
| село | 19 | 2 | 3 | 75 |
| <i>Самооценка потребительского статуса</i> | | | | |
| не хватает на продукты | 11 | 1 | 1 | 87 |
| не хватает на одежду | 16 | 2 | 1 | 80 |
| не хватает на вещи длительного пользования | 14 | 4 | 3 | 78 |
| не хватает лишь на дорогостоящие вещи | 21 | 6 | 6 | 68 |

Среди тех, кто какими-либо библиотеками все-таки пользуется, 68% обращаются в ближайшую к ним городскую, районную, сельскую библиотеку. Университетскими библиотеками пользуются 15%, школьными – 12%, данные по остальным библиотекам ниже доверительного интервала и не могут использоваться при сравнениях.

Преобладающий контингент библиотечных абонентов – самые молодые россияне (среди респондентов 18–24 лет пользуются библиотеками 34%), более обеспеченный слой (32%), респонденты с высшим образованием (31%), жители села (25%), но никак не Москвы: среди жителей столицы не пользуются библиотеками 82%. Иными словами, обращение в библиотеку связано сегодня в первую очередь с процессом обучения (и поэтому характерно для молодежи) либо же мотивировано отсутствием каких бы то ни было других источников книг и журналов (как обстоит дело на селе).

Среди мотивов, по которым опрошенные не пользуются библиотекой, лидируют:

– «мало читаю» (46% не пользующихся библиотеками, среди самых пожилых и наименее обеспеченных – по 55%, среди жителей села – 56%, среди людей с образованием ниже среднего – 57%);

– «нет времени» (27%, среди более активных и квалифицированных групп, больше занятых работой и добыванием средств на жизнь семьи, например, 25–39-летних – 33%, среди респондентов с высшим образованием – 37%, среди тех, у кого есть деньги на продукты и одежду, но кому трудно приобретать товары длительного пользования, – 32%);

– «у меня дома достаточно книг» (12%, среди более обеспеченных респондентов – 16%, среди опрошенных с высшим образованием – 19%);

– «предпочитаю другие источники получения книг» (10%, среди наиболее образованных и более обеспеченных – 14%; скорее всего, имеется в виду покупка книг).

Интересно отметить, что *наличие большой домашней библиотеки вовсе не означает автоматической потери интереса к общественным и государственным библиотекам*. Так, среди тех опрошенных, у кого дома нет книг или, в лучшем случае, есть лишь несколько десятков разрозненных изданий, не пользуются библиотеками 81%, тогда как среди обладателей домашних библиотек в 500 и более книг – заметно меньше (67%).

Подчеркнем, что поведение как нынешних абонентов библиотек, так и тех, кто перестал пользоваться библиотекой, исключительно адаптивно, они приспосабливаются к имеющейся и ухудшающейся ситуации (см. данные о сокращении библиотек и их фондов, которые приведены в начале брошюры). Как и в других сферах жизни – от политики до экологии – россияне не очень полагаются в области чтения и библиотечного обслуживания на органы государства и их централизованные кампании (проекты и т.п.). Чаще всего они о них не осведомлены, а те, кто хоть сколько-то осведомлен, не слишком верят в осуществимость и эффективность подобных программ и начинаний. *Свыше трех четвертей наших опрошенных вообще ничего не слышали о Государственной программе поддержки и развития чтения в стране, еще 14% (среди образованных – 20%, среди москвичей – 24%) «что-то слышали о ней, но плохо себе представляют, о чем речь».* Таким образом, *в сумме 90% взрослого населения России о Программе, по сути, ничего не знают.* Данные по другим оценкам («слышал, но делается недостаточно», «слышал, но не верю, что государство что-то сделает» и т.д.) близки к границам статистической достоверности или ниже этих границ: невозможно более или менее надежно говорить об этих подгруппах что-либо содержательное, сравнивать их.

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

1. Доля постоянно читающих газеты, журналы, книги за пятнадцать последних лет очень заметно сократилась. Наряду с этим, явно изменилось *содержание чтения*: преобладающая часть населения, включая закончивших институты и университеты людей среднего и зрелого возраста, переключилась на серийную жанровую литературу (детектив и боевик, любовная проза, историко-авантюрный или историко-патриотический роман). Еще заметнее переход массы и образованных слоев от чтения к телесмотрению (в среднем 3–4 часа в день, 5–6 часов по выходным), так что чтение все чаще выступает дополнением телевидения — здесь те же ведущие жанры, та же серийность. Из журналов в среднем наиболее популярны женские и опять-таки связанные с телевидением (включающие подробную и аннотированную телепрограмму), из газет — еженедельные массовые (информационно-справочные и развлекательно-сенсационные издания), по преимуществу — местные. Национальной газеты, тем более нескольких «толстых» газет, с большими отделами науки и культуры, рецензий на новинки и т.п., как и солидных универсальных журналов широкого профиля и адресации с такими же разделами, в России по-прежнему нет. Допустимо сказать, что читательская культура в России становилась на протяжении последних 10–15 лет все более развлекательной, молодежной и женской, поскольку роль общего, не связанного с узкими группами и специализированными интересами, сегодня в России, за неимением авторитетных элит и влиятельного экспертного сообщества, играет именно чтение молодежное, женское, развлекательное (эти характеристики не рядоположены, а взаимосвязаны). Интернет на показатели чтения влияет пока достаточно мало, поскольку по преимуществу локализован среди молодежи, москвичей и жителей крупнейших городов, россиян с высоким потребительским статусом. При этом главные мотивы пользования сетью — не чтение, но наведение справок, переписка, ознакомление с новостями, для молодежи — слушание и скачивание музыки, общение в чатах.

2. При этом число издаваемых книг (по названиям) с начала 1990-х гг. непрерывно растет и давно превзошло соответствующие показатели советских лет. Книги сегодня более чем на две трети (по названиям) и более чем на 90% по тиражам выпускают негосударственные издательства. Однако структура доступа к чтению, каналы получения или приобретения книг решающим образом изменились. В целом по стране главным источником книг стала не столько библиотека и даже не книжный магазин, сколько друзья и знакомые, «такие же, как мы» (ср. выше об отсутствии элит и экспертов). Это понятно еще и потому, что более 40% издаваемых в стране книг вообще не доходят сегодня до читателей, а жителям села и публике городов с населением меньше 100 тысяч человек книжно-журнальная продукция в регулярном режиме стала чаще всего просто недоступна. Лишь самые молодые респонденты чаще, чем россияне других возрастных групп, берут интересующие их книги для чтения или для учебы в библиотеке — так поступают 34% россиян 18–24 лет, большинство которых записаны в несколько библиотек. Респонденты от 20 до 35 лет чаще других ориентированы на покупку книг в магазинах, тогда как сорокалетние — на приобретение книг с лотков и в киосках («типовой набор» вроде комплексного обеда) и на получение книг по сети ближайших друзей и знакомых. Наконец, 35–49-летние (до двух третей этой возрастной подгруппы) предпочитают именно этот последний вариант — брать книги у знакомых и друзей.

3. В этом плане не удивительно, что средние тиражи книг и толстых литературных журналов последовательно снижались, да и сегодня растут со значительным отставанием от темпов роста количества книжных названий и журнальных изданий. Любые коммуникативные источники в России, за исключением телевидения, встроены сегодня в различные круги и сети «своих», «близких» и замыкаются ими, но не проникают между группами и слоями (раньше это осмотическое просачивание применительно к печати осуществляли библиотеки, а из типов изданий — журналы). За последние десять лет заметно выросло количество

семей, где вообще нет книг или есть лишь десяток-другой разрозненных изданий (сегодня это 3/5 российских семей), и, напротив, сократилась (с 10 до 6%) доля семей, имеющих значительные библиотеки свыше 500 томов, то есть обладающих самостоятельными, сформированными по собственному выбору культурными ресурсами — обладающих своего рода «культурной памятью». Так что теперь встал вопрос о существовании самой категории «лидеров чтения» — прежде к ним безоговорочно относились наиболее образованные подгруппы, а источником книг для них, как правило, служила библиотека.

4. Таким образом, за последние 10–15 лет преобладающая часть населения России (по нашим экспертным оценкам, основанным на результатах многолетних, систематических и репрезентативных опросов Левада-Центра, — не менее двух третей взрослого населения) стала в своем привычном жизненном укладе либо вовсе обходиться без печатных источников, переключившись на ежедневное многочасовое телесмотрение, либо выбирает себе для чтения исключительно серийную жанровую словесность: детектив, любовный роман, сенсационно-приключенческую историческую прозу, которую гораздо чаще сегодня не получает в библиотеках и не покупает в книжных магазинах, а берет на время у друзей и знакомых. Иными словами, в стране по сравнению с позднесоветским периодом, с годами перестройки и периодом, попыток системной трансформации советского социума в 1990-е гг. сложилось в определенном смысле *другое общество*. Оно другое по структуре коммуникаций, по их интенсивности (точнее, наоборот, их неинтенсивности), по содержанию этих коммуникаций. Для него характерен, резкий дефицит общих авторитетов, за исключением первых лиц государства. Так, имена даже самых влиятельных отечественных писателей XX–XXI вв. могут назвать лишь немногие опрошенные. Лидируют Есенин (14%), только что ушедший Солженицын (10%), плюс еще три-четыре автора — в границах статистической достоверности. Нет признанных публичных элит, нет независимых каналов коммуникации их идей, образцов и оценок, поэтому нет и общих символов. Можно сказать, что прежняя, со-

ветская социальная конструкция социума продолжает разваливаться, а образовавшиеся все более изолированные обломки сползают вниз, изредка цепляясь друг за друга.

5. Контекстом перечисленных процессов была все большая унификация и огосударствление телеканалов «сверху» (основу их программ составляют официальные «новости», сериалы, старое кино, эстрадные концерты, юмор). Параллельно увеличивался социальный и культурный разрыв между центром и периферией страны, между относительно успешными группами и всем остальным населением, между молодежью и пожилыми россиянами, наконец — между властью, все более сосредоточенной на себе, и населением, не доверяющим практически ни одному из социальных институтов, не чувствующим уверенности в будущем, а ощущающим в массе свою незащищенность и беспомощность, которые выражаются в крайней настороженности по поводу любых перемен, настаивании на мифическом «особом пути России» и растущей неприязни к любым «чужакам» (речь здесь идет уже не только об этно-, но и о расофобии).

6. При этом количество библиотек в стране сокращается, фонды их беднеют, читатели все чаще уходят из библиотеки, перестают ее посещать. Фактически большинство публичных библиотек все чаще напоминают сегодня библиотеки учебные, в основном школьные, отчасти — вузовские. Общий объем комплектования библиотек книгами за 1990-е гг. снизился вдвое, новыми изданиями — вчетверо. Про комплектование современной художественной литературой, научной книгой, периодикой *на языках мира* не приходится и говорить: даже самые крупные библиотеки общенационального масштаба разительно сократили зарубежные приобретения или вовсе отказались от них. В этом плане Россия сегодня стала напоминать остров, который все дальше дробится на отдельные островки, регионы и т.п.

7. Таким образом, **первая главная проблема в области чтения — реальное распространение издаваемых во все большем количестве книг по территории страны, обеспечение доступа к ним *самых мас-***

совых читателей (а это, учитывая уровень материального благосостояния населения, возможно прежде всего через библиотеки или учреждения, подобные им по устройству и функциям). Вторая проблема — **обеспечение максимального разнообразия выбора самой актуальной специальной, общегуманитарной, художественной литературы для наиболее образованных, квалифицированных и взыскательных групп, способных** (конечно, при многих прочих условиях) обеспечить интеллектуальный прорыв, вернуть страну в «большой мир» и творчески, всерьез и на равных взаимодействовать с миром. Третья проблема — идущее год за годом **последовательное сокращение тиражей издаваемых книг, дробление, размельчение их читательских аудиторий без каналов связи, без обращения книг между ними, без воздействия этих групп друг на друга** (роль журналов и библиотек в этой связи сошла почти на нет). Сегодняшний средний тираж российской книги более чем вшестеро уступает соответствующему показателю 1990 г., тогда как число названий книг выросло в 2,3 раза. И это расхождение становится все резче.

8. Социологи говорят о нынешней России как социуме телезрителей, объединенных в их воображении именно тем, что они — только зрители. Телепрограммы сегодня не просто много смотрят — телевидение формирует картину мира, отношение к себе и другим людям, к опеке государства и собственной инициативе, поддерживает общее представление о коллективном «мы» (в прошлом — героическом, сегодня — пассивно-созерцательном).

У ряда аналитиков, работающих с эмпирическими данными о чтении, телесмотрении, предпочтениях публики и т.д., складывается представление, что во многих отношениях российская культура — по составу наиболее массовых ценностей и представлений, воспроизводимых основными коммуникативными каналами изо дня в день и от праздника к празднику, — как бы возвращается к прошлому 25–30 летней давности, позднесоветского периода. Но происходит это чисто внешнее или даже демонстративное сближение при чрезвычайном — в сравнении даже с тогдашним состоянием — ослаблении и распаде институтов культурной репродукции

(школы, библиотеки). Наблюдается разрыв или даже множество разрывов в цепи передачи культуры — от поколенческих до географических. Идет исключительно массовизация (стандартизация, сериализация) транслируемых образцов культуры, однако базовые институты общества (политические, судебные, публичные, культурные, образовательные) остаются не модернизированными, так что осуществлять свою роль — будь то инициаторов нового, будь то распространителей устоявшегося, нормативного или классического — они фактически не могут.

Подобная ситуация ставит вопросы двух уровней: об ответственности государства за социальные обязательства перед населением, включая каналы распространения общей культуры и поддержание определенного уровня их работы, и об ответственности образованных слоев, людей знания, культуры, книги за производство новых, разнообразных образцов, которые ориентировали бы людей в современном усложняющемся мире, а не подпитывали бы сознание россиян уже привычной для них ксенофобией и изоляционизмом, агрессивной риторикой великой державы и мифологией какого-то особого пути. Как свидетельствуют опросы общественного мнения, все показатели подобных установок за последние несколько лет в России и в ее столице заметно выросли — под влиянием как реальной политики правящих верхов, так и массивного воздействия со стороны огосударствленных массмедиа.

Ответственность государства за нынешнее состояние дел в области распространения книг, библиотечного обслуживания, массового чтения не подлежит сомнению: и почты, и библиотеки были и остаются в государственной монополии. Никакие другие силы, кроме государства (на разных его уровнях и в лице разных ведомств), тут не действовали.

С другой стороны, ответственность за сложившуюся ситуацию в полной мере несут (должны были бы нести!) *образованные слои нескольких поколений россиян*. Это при их помощи, молчаливом согласии или усталом равнодушии страна превратилась в общество

пассивных телезрителей и скопление раздраженных ксенофобов. 40% населения считают, что «инородцев» надо выселять, 60% поддерживают лозунг «Россия для русских», 70% убеждены, что надо подвергать «чужаков» и учреждения, фирмы, где они работают, особо строгой проверке, постоянному контролю со стороны власти. В стране, в ее крупных городах, в столице не существует массовых телевизионных каналов с вещанием на украинском или армянском, татарском или молдавском, грузинском или азербайджанском языках (вещь, абсолютно обычная в любой крупной стране мира). Приходится признать, что носителям упомянутых выше установок чтение не нужно: у них нет потребности в партнерах, их не интересует кругозор и опыт «других», а потому с книгами, печатью, литературой, которые исторически и развивались в Европе и Америке как средства коммуникации между разными группами в открытых и динамичных обществах, для этих людей не связано ничего важного.

9. Важный узел проблем – **чтение детей**. Как показывают международные сравнительные исследования по программе PISA и др.⁶, российские дети, особенно младших возрастов, читают даже чаще и больше многих своих зарубежных сверстников, более позитивно оценивают чтение как занятие. Но, во-первых, эта позитивная установка и частота чтения вовсе не гарантирует его качества (сложность задач, нестандартность решений, самостоятельная рефлексия – вот что не дается российским детям, техника чтения здесь не при чем, они ею вполне владеют). А во-вторых, привычка и интерес к чтению, частота обращения к печатному слову резко сокращаются в России при переходе от начальной школы – к средней, а от средней школы – к профессиональной работе, и нет механизмов и институтов поддержания этого качества на высоком уровне, механизмов его постоянного повышения. А без установки на такое повышение, самостоятельность, выбор из многообразия у самого человека, в окружающей среде, в основных институтах

⁶ См.: Карпенко О., Бершадская М., Вознесенская Ю. *Международное исследование PISA и проблемы развития высшего образования // Вестник общественного мнения. – 2007. – №5.*

социума невозможно никакое реальное качество чтения, образования, труда, досуга. Между тем, как свидетельствуют данные опроса школьников в исследовании Левада-Центра в декабре 2006 г., к 9 классу интенсивность чтения снижается, у школьников формируется устойчивое отношение к чтению как принудительному и скучному занятию, которое никому не нужно. Есть основания связывать это с дефицитом современной литературы о реальных экономических, внутрисемейных, межэтнических проблемах и ценностных коллизиях в жизни сегодняшних подростков и раннего юношества — литературная классика, и русская и советская, никак не может заменить таких книг, она сосредоточена совсем на другом, а подавляющее большинство издающейся детской литературы адресовано «самым маленьким».

10. Подводя итоги, можно сказать, что **узловыми точками наиболее острых проблем чтения и книжной культуры являются такие репродуктивные институты постсоветского социума, как каналы книгораспространения, библиотеки разного типа и уровня, образовательная система.** Дело не просто и не только в приобщении детей и взрослых к разнообразному чтению, а в налаживании реальных коммуникативных связей между различными группами и слоями социума, в создании и укреплении современных институтов социально и культурно открытого общества, а соответственно и принципах подбора людей в эти институты. Широко говоря, это проблема новых кадров, включая системы их подготовки, продвижения, вознаграждения и признания, формы их связей с обществом и подотчетности ему.



Межрегиональный центр
библиотечного сотрудничества

**Межрегиональная общественная организация
«Межрегиональный центр библиотечного сотрудничества»
(МЦБС) основана в 1995 году.**

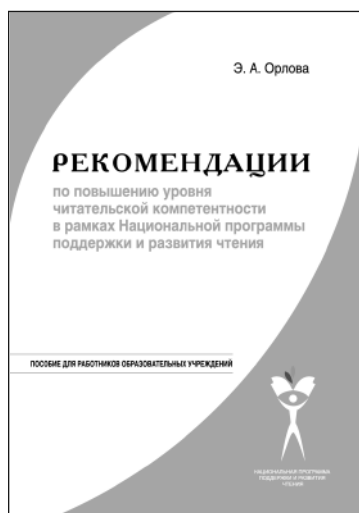
Основные направления деятельности:

- ◆ Участие в формировании и реализации национальной политики в области поддержки и развития чтения
- ◆ Участие в реализации государственной библиотечной политики
- ◆ Подготовка аналитических докладов
- ◆ Создание информационно-образовательных медиацентров для детей и юношества на базе детских и детско-юношеских публичных библиотек России
- ◆ Организация и проведение конференций, семинаров и круглых столов
- ◆ Проведение стажировок работников российских и зарубежных библиотек
- ◆ Издание и распространение профессиональной литературы по проблемам развития библиотечного дела, культурной и информационной политики
- ◆ Благотворительное комплектование библиотек
- ◆ Организация коллективных стендов региональных и федеральных библиотек России на профессиональных выставках-ярмарках

МЦБС выполняет функции рабочего органа Российского комитета Программы ЮНЕСКО «Информация для всех».

Адрес: 105066, г. Москва, 1-й Басманный пер., д. 2а, стр.1
Телефон: +7 (495) 267-33-34
Факс: +7 (495) 657-96-20
Эл. почта: mcbs@mcbs.ru
<http://www.mcbs.ru>

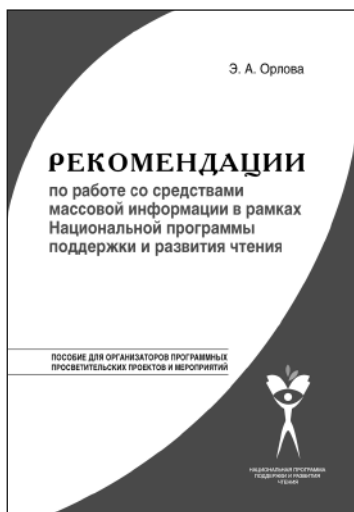
Межрегиональный центр библиотечного сотрудничества готовит к изданию:



Орлова Э. А. Рекомендации по повышению уровня читательской компетентности в рамках Национальной программы поддержки и развития чтения. – М.: Межрегиональный центр библиотечного сотрудничества, 2008. – 72 с.

В Рекомендациях по повышению уровня читательской компетентности в рамках Национальной программы поддержки и развития чтения охватывается широкий круг вопросов, которые связаны с обучением эффективному чтению, повышением уровня читательской компетентности членов российского общества. Рекомендации составлены на основе обобщения теоретических и прикладных разработок, результатов экспериментов, осуществляемых отечественными специалистами в области социальных наук, образования, библиотечного дела. Они предназначены для работников учебных заведений, принимающих участие в реализации Программы.

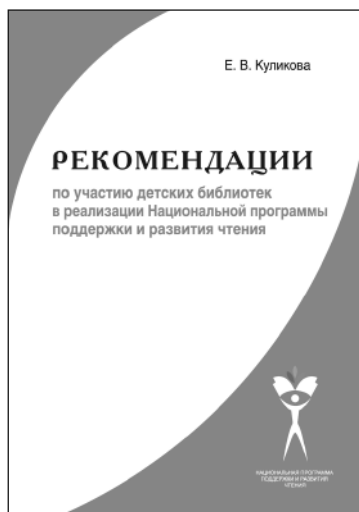
В электронном виде издания МЦБС доступны по адресу:
<http://www.ifapcom.ru/ru/365>



Рекомендации по работе со средствами массовой информации в рамках Национальной программы поддержки и развития чтения. – М.: Межрегиональный центр библиотечного сотрудничества, 2008. – 72 с.

В Рекомендациях по работе со средствами массовой информации в рамках Национальной программы поддержки и развития чтения представлены два основных направления работы, связанной с повышением уровня читательской и общекультурной компетентности членов российского общества. Во-первых, предлагаются способы использования СМИ для продвижения Программы. Во-вторых, рассматриваются ее возможности с точки зрения приобщения широкой аудитории к чтению и пониманию текстов современной медиакультуры. Рекомендации предназначены для тех, кто разрабатывает и реализует соответствующие просветительские проекты в рамках Программы.

В электронном виде издания МЦБС доступны по адресу:
<http://www.ifapcom.ru/ru/365>

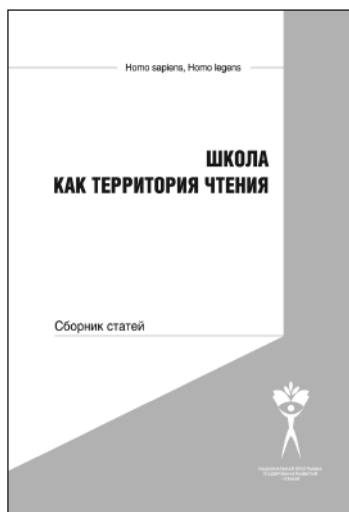


Куликова Е. В. Рекомендации по участию детских библиотек в реализации Национальной программы поддержки и развития чтения. – М.: Межрегиональный центр библиотечного сотрудничества, 2008. – 64 с.

В Рекомендациях рассматриваются специфика и методы работы детских библиотек в контексте целей и задач Национальной программы поддержки и развития чтения.

Издание адресовано руководителям и работникам детских библиотек, органов управления культуры и образования, педагогам, специалистам в области детской литературы, детского и семейного чтения, родителям.

В электронном виде издания МЦБС доступны по адресу:
<http://www.ifapcom.ru/ru/365>



Школа как территория чтения. Сборник статей / Сост.: С. В. Волков. – М.: Межрегиональный центр библиотечного сотрудничества, 2008. – 88 с.

Сборник представляет опыт лучших учителей-словесников, занятых организацией чтения детей на уроках литературы и во внеурочной деятельности. Именно школьный опыт общения ребенка с книгой часто становится для него решающим в вопросе «читать или не читать». Учет этого опыта, анализ реальной практики весьма важен для продвижения чтения в рамках Национальной программы поддержки и развития чтения.

Авторы сборника нашли и с успехом применяют приемы, которые позволяют заинтересовать ученика книгой, сделать разговор о ней захватывающим. Знакомство с этими приемами будет полезно всем, кто занимается поддержкой чтения в нашей стране. Кроме того, важно увидеть, как ставятся и обсуждаются проблемы чтения в педагогической среде, в силу ряда причин несколько отдаленной от библиотечно-книгоиздательского сообщества.

В электронном виде издания МЦБС доступны по адресу:
<http://www.ifapcom.ru/ru/365>

Дубин Б. В., Зоркая Н. А.
Чтение в России–2008. Тенденции и проблемы

Редакторы: *Е. И. Кузьмин, А. В. Паршакова*
Компьютерная верстка *И. М. Горюнов*
Ответственный за выпуск *С. Д. Бакейкин*

Издатель:

Межрегиональный центр библиотечного сотрудничества (МЦБС)
105066, г. Москва, 1-й Басманный пер., д. 2а, стр. 1
Тел.: +7 (499) 267-3334, факс: +7 (495) 657-9620
www.mcbs.ru

Подписано в печать 10.10.2008
Формат 60х90/16
Печ. л. 5
Тираж 1000 экз.

Отпечатано в типографии