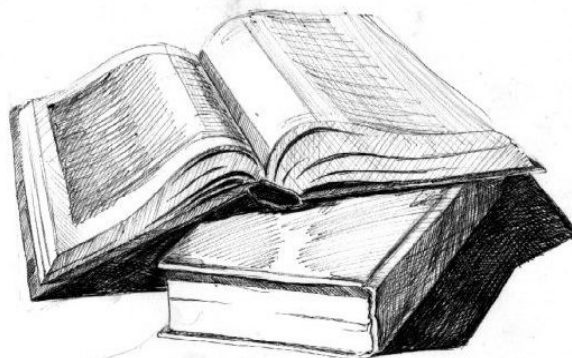


Культура чтения: Италия и Великобритания



Илл. 1.

Италия – одна из немногих европейских стран, где не только уделяется большое внимание развитию чтения, но и регулярно проводятся социологические исследования по изучению досуговых запросов различных социальных слоев и групп населения, в том числе их увлеченности чтением. В стране ежемесячно издается специализированный журнал «Giornale della Libreria», посвященный изучению проблем чтения в Италии и за рубежом, развитию библиотек и книжных магазинов, а также работе крупных международных книжных ярмарок.

Так, например, в 2007 г. в Италии были подведены итоги крупномасштабного социологического исследования, проведенного Центральным статистическим бюро Италии (ISTAT, Istituto centrale di statistica) и охватившего двенадцатилетний период с 1995 по 2006 год по изучению досуговых запросов в области чтения. В результате исследования были установлены так называемые причины «нечтения», выявлены портрет читающего итальянца и способы получения книг (покупается ли книга в книжном магазине, передается знакомыми и друзьями для того, чтобы почитать и вернуть ее назад или берется на время в библиотеке), а также наличие личных библиотек в итальянских семьях. Важным моментом является тот факт, что данное исследование не только подводит итоги, связанные с чтением в XX веке, но и, по сути, является одним из первых исследований по изучению различных аспектов в области чтения в XXI веке. Если обычно в исследованиях задействованы 2–3 тыс. человек, то данное исследование действительно является крупномасштабным, поскольку в нем приняли участие 54 тыс. человек (24 тыс. итальянских семей), проживающих в 800 коммунах по всей Италии [1]. Для того чтобы выявить тенденции в области чтения, организаторы исследования, анализируя полученные данные, обращались для сравнения к данным исследований пятидесятых, шестидесятых, семидесятых и восьмидесятых годов. 1973 год стал поворотным в развитии Италии в области чтения. В этом году впервые 49,3 % итальянцев в возрасте старше шести лет заявили, что прочли в течение года «как минимум одну книгу, которая не была бы школьным учебником» [1]. В 1995 г. был сделан еще один заметный шаг в области развития чтения: вышеназванный показатель достиг 62,3 % читающих итальянцев. В последние годы (1995–2006 гг.) отмечается некоторое падение показателей в области чтения, которые стабильно держатся до настоящего времени: 2000 г. – 60,4 %, 2006 г. – 60,9 %.

Среди 60,9 % итальянцев, прочитавших в 2006 г. хотя бы одну книгу, не являющуюся школьным или университетским учебником, 30,4 % читают книги «только» в свое свободное время [1].

Каковы предпочтения итальянцев в чтении? При анализе этих данных следует учитывать тот факт, что одни и те же респонденты заявляли, что увлекаются, например, чтением туристических путеводителей и одновременно литературы по различным хобби, т. е. их голоса в процентном отношении попадали в различные градации по предпочтениям чтения. 51,9 % опрошенных (первое место) выбирают книги по ведению домашнего хозяйства и садоводству. Итальянцы, как правило, много путешествуют, в том

числе совершая поездки за границу. Не случайно, поэтому, на втором месте – чтение туристических путеводителей. Третье место отдается чтению книг, посвященных различным хобби. В Италии с определенной периодичностью растет процент тех, кто значительную часть своего свободного времени проводит за компьютером, следствием чего является тот факт, что 9,8 % респондентов заявили, что предпочитают скачивать книги и читать их с экрана монитора (четвертое место). Относительно небольшая группа респондентов – 7,4 % увлекается чтением художественной литературы (пятое место). На шестом месте с показателем 4,8 % оказались те респонденты, которые высказались за чтение детективов и фантастики. На седьмом месте (10,6 %) оказались все остальные предпочтения, не вошедшие в вышеназванные группы [1]. Следует обратить внимание еще на одну любопытную тенденцию: некоторые респонденты, читая туристические путеводители или книги по ведению домашнего хозяйства и садоводству, не относят себя к разряду читателей, считая, что только чтение так называемой «серьезной литературы» позволяет говорить о себе как о «читателе». Подобные суждения респондентов, безусловно, несправедливо сужают широкий спектр читающей аудитории.



Илл. 2.

Согласно данным исследования, 12,3 % итальянских семей не имеют у себя дома ни одной книги. 62,6 % семей владеют не более 100 книгами в своих домашних библиотеках. Еще 21,8 % семей располагают более 100 книгами [1].

Данные опроса показывают, что 19 % всех опрошенных заявляют, что читают книги не чаще одного раза в месяц. Характерно, что эта категория респондентов в основном представляет молодых людей. Это, как правило, учащиеся школ, основное свободное время проводящие у экрана монитора [1].

Организаторы исследования попытались выявить причины, почему определенная часть итальянцев, участвовавших в опросах, не проявляет интереса к чтению. Самая большая группа «нечитателей» (29,8 %) заявила, что ей скучно читать, что чтение не доставляет никакого удовольствия. На втором месте среди причин «нечтения» (25,2 %) названо отсутствие свободного времени. Характерно, что лишь 14,5% итальянцев не читают по причине плохого зрения, еще 10,1 % итальянцев слишком устают в конце рабочего дня. Среди «нечитателей» выделяется особая группа, которая заявляет, что не умеет читать или читает с трудом (8,3 %). Лишь 5,5 % итальянцев считают, что не читают потому, что книги слишком дорого стоят или написаны непонятным языком (4,2 %). В качестве причины «нечтения» 0,8 % итальянцев указывают отсутствие поблизости от дома книжных магазинов, еще по 0,7 % итальянцев – отсутствие библиотек в районе проживания и спокойного и удобного места в квартире, где бы можно было бы сесть и почитать книгу [2]. Если объединить в одну группу тех, кто не умеет читать или читает с трудом (8,3 %), и тех, кто считает, что книги написаны малопонятным языком (4,2 %), то получится внушительная цифра – 12,5 %, т. е. 2 млн 550 тыс. итальянцев. В исследовании приняли участие ведущие психологи Италии, по мнению которых первая группа (8,3 %) некорректно заявила о том, что не умеет читать. Дело не в том, что люди неграмотны, считают специалисты, а в том, что прочитанный текст плохо усваивается и понимается [2].

Как показали результаты исследования, важную роль в «нечтении» играет региональный фактор. Из упоминавшихся выше 2 млн 550 тыс. «нечитающих» итальянцев

57,7 % (т. е. 1 млн 463 тыс. человек) проживают на юге Италии и на островах, традиционно более отсталых районов страны. Речь идет о социальной и семейной маргинальности в островной и южной частях Италии. Для сравнения: в Трентино–Альто–Адижде, одной из северных областей страны, число читающих составляет 73,6 %, в то время как на Сицилии всего 48,3 % [2]. В качестве важной тенденции последних десяти – двадцати лет можно назвать постепенный рост числа читающих итальянцев, который сопровождается глубокими социальными изменениями, происходящими в итальянском обществе. В первую очередь речь идет о введении обязательного школьного образования. Роль школы повышается. От степени интеллектуальной подготовки итальянских детей и подростков школой во многом зависит тот факт, что 11 % итальянских школьников заявляют, что они «плохо читают и плохо понимают прочитанное» [2]. В Италии в качестве положительной тенденции последних двух десятилетий можно назвать открытие большого числа новых университетов, а, следовательно, подготовку кадров высшего звена и как следствие этого рост числа высокообразованных итальянцев. Кроме этого, в охватывании чтением все большего числа слоев населения сыграли определенную роль демографический бум последних двух десятилетий, а также рост доходов семей в докризисный период. За последние четыре десятилетия произошла еще одна важная трансформация: речь идет о приоритетном развитии Италии не как аграрной, а индустриально развитой страны.

Согласно данным социологического исследования, проведенного Центральным статистическим бюро Италии в 2008 г., отмечается рост числа читателей по всем группам – от так называемых «слабых» (читающих от одной до трех книг в год) до «сильных» (читающих в год 11 и более книг). Группа «слабых» читателей с 2006 по 2008 год выросла на 1,5 %: с 46,2 % до 47,7 %. Важно, что по сравнению с 2006 г. группа наиболее активных читателей выросла в 2008 г. на 6,5 % и составила 13 % [3].

Невзирая на масштабное использование новых электронных СМИ, рост безработицы, появление новых хобби, используемых в свободное время, итальянцы не утратили интереса к чтению. Книга не перестала быть атрибутом современности, не стала восприниматься как нечто устаревшее и отжившее, что особенно важно в век компьютерных технологий. Большая работа по пропаганде культуры чтения, книги как важного элемента социализации человека в обществе проводится издательскими домами Италии. Упор делается на раскручивание бестселлеров и супербестселлеров. Считается, что именно эта литература способна пробудить у потенциальных читателей интерес к чтению, потребность приобретать книги. В последнее десятилетие специалисты в области чтения обращают внимание на одну характерную особенность: чтение стало важной составляющей культуры потребления современного человека.

Важно понять, какое место отводят чтению в свое свободное время итальянские мужчины и женщины, какую роль в пристрастии к чтению играет половой признак. Суточные объемы свободного времени у мужчин и женщин не одинаковы. В 2002–2003 гг. в результате социологического исследования, проведенного Исследовательским центром Итальянской ассоциации издателей (AIE, Associazione italiana editori) совместно с Центральным статистическим бюро Италии (ISTAT), было установлено, что суточный объем свободного времени у женщин (возрастная группа от 20 до 74 лет) в среднем составляет 4 час. 5 мин., что значительно уступает аналогичным показателям у мужчин (5 час. 5 мин.). И это при том, что профессиональная деятельность мужчин, осуществляемая вне дома, занимает больше времени, чем у женщин. На долю же женщин приходится основная нагрузка по дому.

Несмотря на то, что суточные объемы свободного времени у женщин ниже, чем у мужчин, именно женщины являются основными читательницами книг (50 % читающих женщин против 37,6 % мужчин). Это особенно важно, если учесть, что итальянские мужчины, меньше читая, больше времени проводят у экранов телевизоров (1 час. 52 мин. против 1 час. 29 мин. у женщин), больше занимаются спортом (38 мин. против 23 мин. у женщин) [4].

Сравнение результатов социологического исследования 2002–2003 гг. с результатами аналогичного исследования 1988–1989 гг. позволяют выявить еще одну важную тенденцию: общие объемы свободного времени, хотя и незначительно, но выросли за этот период (на 3,8 % у мужчин и на 3,3 % у женщин) [4]. Благодаря общемировой тенденции к сокращению рабочего времени, росту технической оснащенности быта современными электробытовыми приборами, облегчающими процесс ведения домашнего хозяйства, у людей появилась возможность уделять больше свободного времени культурному развитию. В том числе чтению как важной составляющей досугового времяпрепровождения.

Рассматривая проблемы чтения и «нечтения» различными социальными слоями и группами итальянского общества, невозможно не остановиться на такой проблеме, как женщина и культура. Новое осознание себя как личности пришло к итальянским женщинам в связи с принятием в начале XXI в. нового закона о семье и разводе. 46,3 % итальянских женщин в возрасте от 15 до 64 лет – это работающие женщины, образовательный уровень которых значительно повысился за последние 20–30 лет [5]. Изменилось качество жизни современных итальянок. Свидетельством тому может служить тот факт, что итальянские женщины – это не только солидная читающая, но и пишущая категория населения. Так, с 2002 по 2006 год число итальянских писательниц, пишущих на итальянском языке, увеличилось на 6,8 % [5]. Чтобы убедиться в успехе их литературной деятельности, достаточно обратиться к списку самых популярных и продаваемых художественных произведений в Италии. Из десяти фамилий, возглавляющих список, шесть принадлежат женщинам. Любопытно, что две престижные литературные премии Италии «Viareggio» и «Campiello» присвоены в 2008 г. женщинам. Женщины – это не только активно читающая часть населения Италии, но и основной контингент сотрудников издательств. С 1991 по 2008 год с 31 % до 36 % выросло представительство женщин на ведущих должностях президентов, генеральных директоров, директоров по международным связям и коммерческих директоров в издательских домах Италии [5]. Итальянские женщины, если еще не определяют политику издательств страны, то, во всяком случае, играют в этой области культурной политики заметную роль. Женская занятость в сфере культуры и в издательском деле в частности, как правило, в небольших и средних издательствах постоянно растет.

В связи с мировым финансовым кризисом Министерство культурного достояния и культурной деятельности Италии, возглавляемое Сандро Бонди, вынуждено было значительно урезать ассигнования на развитие Центра книги, находящегося в ведении Министерства и ведающего вопросами пропаганды книги и чтения. Ассигнования составили в 2009 г. всего 3 млн. евро [6]. Сумма, безусловно, более чем скромная, если учесть важность и масштабы работы, проводимой Центром книги, подчеркнул заместитель министра культурного достояния Франческо Джиро. При этом он уточнил, что «для того, чтобы сделать культурную политику в области чтения более последовательной, подчиняющейся определенным законам, следует выделять необходимые финансовые ресурсы, с помощью которых можно поставить заслон появлению противоречивых и непонятных с точки зрения логики постановлений министерства» [6].

Если сравнить культурную политику Италии в области чтения с аналогичными культурными политиками Испании и Великобритании, то итальянская модель проигрывает в первую очередь в вопросах финансирования. Так, в 2009 г. в Испании на развитие чтения было выделено 70 млн евро [6]. Разработана целая программа развития чтения, начатая в 2001 г. и рассчитанная на долгие годы вперед. В министерстве культуры Испании не торопятся подводить итоги сделанного, справедливо считая, что затраченные деньги не пропадут даром и с лихвой окупятся в будущем.

Большая работа по пропаганде книги и чтения проводится в Великобритании, стране, занимающей одно из первых мест среди европейских стран по показателям чтения. Здесь была принята программа развития чтения, первый этап которой был

рассчитан на август 2007 – март 2009 года. Бюджет программы составил 3,7 млн фунтов стерлингов (4,5 млн евро) [6]. Программа осуществлялась при поддержке 146 координаторов, работающих на местах по всей стране. Она была разработана Департаментом по делам детства, школы и семьи в британском правительстве. Ее реализация легла на плечи двух независимых ассоциаций – National Literacy Agency и Reading Agency, которые уже много лет работают в области пропаганды книги и чтения, проводят кампании по борьбе за новых читателей как на национальном, так и на местном уровнях. Деятельность этих двух ассоциаций заслуживает особого внимания, поскольку позволяет понять, как осуществляется на практике культурная политика в области чтения в Великобритании.



*Илл. 3. Читальный зал Библиотеки
Британского музея*

National Literacy Agency работает в сфере распространения грамотности среди населения. В ее задачи входит установление контактов между отдельными семьями, школами и целыми округами с целью создания условий для доступности чтения, в том числе и для наиболее бедных слоев населения.

Reading Agency уже несколько лет разрабатывает различные проекты национального масштаба в области чтения как для детей и подростков, так и для взрослых людей. Эти проекты используются на радио и в сети Интернет. С целью повышения

эффективности предлагаемых британскому населению проектов было принято решение использовать передовые маркетинговые технологии. Упор в работе был сделан на те слои общества, которые проявляют наименьший интерес к чтению. Это прежде всего подростки мужского пола, этнические меньшинства, дети, лишенные родителей, родители из числа рабочих, взрослые, не закончившие учебу в школе. Для того чтобы прийти к определенным выводам относительно чтения различными социальными слоями и группами британского общества, было принято решение о необходимости изучения их стилей жизни. С этой целью было решено провести в 2008 г. социологической группой Target Index Group масштабное исследование, опросив 26 тыс. человек. Было выявлено, что большинство опрошенных основную часть своего свободного времени проводят не за книгой, а за компьютером, а чтение рассматривают как досуговое занятие, изолирующее респондента от окружающих его людей. После окончания исследования с респондентами были проведены специальные тренинги, на которых опрошенных убеждали в том, что чтение не разобщает людей, а, наоборот, создает условия для коммуникации с единомышленниками.

Было проведено пять кампаний по пропаганде книги и чтения в различных средствах массовой информации, в том числе прессе, на телевидении, в Интернете, а также книжных магазинах Великобритании. Первая кампания (Library membership campaign) была задумана для того, чтобы поощрить детей и молодежь, а также их родителей записываться в библиотеки по месту жительства. Вторая кампания (Bedtime reading campaign) ставила своей задачей поощрять родителей ежедневно читать своим детям по 10 минут сказки и другие детские книги перед сном. Третья кампания под названием «Love lyrics» направлена на популяризацию нотной грамотности в целом и

отрывков из музыкальных произведений в частности. Четвертая кампания «Read Up, Fed Up» стимулирует развертывание в сети Интернет дискуссии среди тинэйджеров о том, что они любят и что не любят читать (это касается не только книг, но и блогов). Пятая и последняя кампания под названием «Community gardens project» ориентирована на создание так называемых «садов чтения», т. е. мест, где существуют оптимальные условия для чтения в библиотеках, книжных магазинах и других общественных местах. В этой работе задействованы наиболее крупные британские издательские дома, организующие встречи писателей с читателями.

Для любителей чтения в Интернете создан специальный сайт, который позволяет знакомиться с «новыми идеями в области чтения для молодежи и их родителей». Это креативные предложения как для любителей читать книги, так и для специалистов в области чтения. Здесь каждый найдет для себя полезную информацию о новинках книжной продукции, а также сможет высказать свою точку зрения о прочитанном.

В Великобритании создан первый онлайн-справочник для библиотекарей, преподавателей школ и вузов, а также издателей и государственных организаций «Wikireadia», дающий конкретные советы по пропаганде чтения среди различных социальных слоев и групп населения.

Разработчики вышеназванных кампаний видят успех предпринятых шагов в осуществлении на практике трех ключевых понятий: это планирование предпринимаемых действий, мультимедийность и координация совместных усилий. Итальянские специалисты в области чтения считают английский опыт и наработки в этой сфере чрезвычайно полезными для перенимания на итальянскую почву.

Список литературы:

1. *Peresson G. Cosa vuol dire leggere? // Giornale della Libreria. – 2007. – № 7–8.*
2. *Peresson G. Leggere male // Giornale della Libreria. – 2008. – № 2.*
3. *Peresson G. I lettori di rientro // Giornale della Libreria. – 2009. – № 1.*
4. *Peresson G. Tempo libero // Giornale della Libreria. – 2008. – № 3.*
5. *Barbisan I. La cultura è donna? // Giornale della Libreria. – 2009. – № 1.*
6. *Barbisan I. 2009 : anno della lettura? // Giornale della Libreria. – 2008. – № 12.*

Сведения об используемых иллюстрациях:

Илл. 1. Режим доступа: URL: <http://www.question-answer.ru/> (дата обращения: 20.08.2010).

Илл. 2. Читальный зал библиотеки Британского музея. - Режим доступа: URL: <http://blog.rgub.ru/ekniga/2009/05/05/> (дата обращения: 20.08.2010).

Источник: *Культура в современном мире. — 2010. — № 3. — [Электронный ресурс]. —*
Режим доступа: URL: <http://infoculture.rsl.ru>