

К. С. Серажим,
д-р філол. наук

УДК 028.6(477):[007: 304: 070]

Культура читання в Україні

У статті зроблено спробу дослідити сутність кризи читання в Україні, проаналізувати статистичні дані щодо вподобань українських читачів, з'ясувати основні чинники, що заважають формуванню інформаційної культури українців, а також запропонувати шляхи вирішення проблеми низької культури читання.

Ключові слова: видавнича справа, культура читання, інформаційна культура, криза читання.

Вступ. Проблема культури читання не нова: наукові праці на цю тему з'явилися ще в 90-х рр. минулого сторіччя. Приміром, російська дослідниця Н. Збаровська наголошувала на «протиріччях між соціальною важливістю інформації та рівнем культури читання індивіда; між усе більшим обсягом документальної інформації та ступенем підготовленості особистості до її пошуку, обробки й використання; між інформаційними потребами особистості й можливостями їх повного адекватного задоволення; між вимогами суспільства до бібліотечно-бібліографічного обслуговування й реальними можливостями особистості в роботі з пропонованою інформацією» [1].

У нинішній ситуації, коли зменшується роль читання в житті суспільства, змінюється комунікаційна, інформаційна і загалом культурна поведінка людей, професійне книжкове співтовариство шукає шляхи стимулювання читачької активності, наполегливо прагне зробити читання більш поширеним, повсюдним і престижним видом діяльності, культурною звичкою значної частини населення.

У цифровий вік культура читання докорінно змінюється – і з'являється чимало скептиків, які не вірять у перспективу паперових видань. Приміром, А. Мірошниченко зазначає: «Відхід останнього газетного покоління – одна з трьох причин смерті газет. <...> Наступне покоління, яке народилося в 90-ті, соціалізоване в «нульві», коли був інтернет. Це цифрове покоління. У нього домінує побутова навичка користування інтернетом. Про газети-журнали вони вже мало знають. А купувати і зовсім не вмють. <...> Коли останнє газетне покоління піде зі сцени, тоді і припиниться газетна епоха. Відбудеться це до кінця 20–30-х років. Ось крайній термін» [2].

Проблема також полягає ще й в тому, що сьогодні медіагероями виступають політики, зірки шоу-бізнесу, спортсмени тощо. Але не письменники, не вчені. У суспільстві не форму-

ється запит на такий образ. Адже інтелектуали не визначають життя обивателя, не впливають на нього, не цікаві йому з огляду на відсутність епатажу, гламуру.

Домашній спосіб життя, спровокований новими медіями (ТВ, інтернет), апатія, соціальна аморфність – усе це формує споживачьку психологію, одновимірне мислення, в гіршому випадку агресію, ксенофобію, залежність від ЗМК. Багато науковців у галузі культурних досліджень характеризують медіакультуру і створений нею образ повсякденного життя як такі, що сприяють збереженню несправедливого і репресивного суспільного ладу.

З одного боку, глобалізація несе в собі чимало позитивного, створює передумови для інтелектуального і технологічного прориву, забезпечує комунікативний і культурний зв'язок з усім світом, з іншого – призводить до руйнування нашої традиційної культури. Хоча українці після чергової хвилі захоплення чужою естетикою і чужим стилем життя, іноземними зразками масової культури знову тягнуться до своєї культурної традиції. Нині українська масова культура все ж зберігає ознаки меншовартісності, провінційності, має схильність до калькування, а традиції і цінності української культури не відповідають динамічному, урбаністичному сьогоденню. Актуальною є проблема модернізації культури. Іноді ми самі визнаємо її відсталість, штучно створюємо вакуум для сучасного культурного простору і заповнюємо його елементами іноземних культур, які створюють чужим націям ілюзію могутності.

Руйнівна сила антикультури, антитрадицій, антидуховності може згодом стати незворотною, якщо не відновити моральні фільтри. Піднесення української культури не буде результатом руйнації здобутого в минулому. Формування культурного простору за допомогою мас-медійних засобів є нагальною потребою українського суспільства.

Сучасна економіка – це економіка знань, сучасне суспільство розвивається як інформа-



ційне. Тож конкурентноздатна нація – та, що зможе перемагати не силою, не газом, а інтелектом. Постає проблема: а чи готові сьогодні українці до таких зрушень? І що слід зробити для цього?

Метою нашого дослідження є вивчення тенденцій вітчизняної читацької поведінки, окреслення передумов виникнення інформаційної культури в українського суспільства та пропонування шляхів подолання кризи читання.

Вважаємо доцільним сформулювати *гіпотезу* пропонуваного дослідження таким чином: громадяни України читають недостатньо через відсутність чіткої державної політики, непрофесійну діяльність видавництва, стрімкий технічний і технологічний прогрес та комп'ютеризацію всіх галузей життя людей, що заважає формуванню в українців культури читання.

Методи дослідження. Досліджуючи вибрану тему, ми використовували *метод узагальнення* висновків, які отримали інші дослідники, кількісний аналіз статистичних даних, *індуктивний метод*, що дав змогу описати загальну ситуацію з культурою читання в Україні на сучасному етапі, а також *аналіз* книговидавничих тенденцій, заходів державної політики, цінкових стратегій гравців видавничого ринку.

Результати й обговорення. Статистика. Як і що читають українці. У 2011 р. компанія «Research & Branding Group» представила результати вражаючого дослідження про читання української книжки в Україні. Третина опитаних не відчули впливу літератури на свій світогляд (вони обрали варіант відповіді «немає таких» і «важко відповісти»). Це означає, що прочитання книжок від «Біблії» до бодай того ж таки «Маленького Принца» ніяк не позначилося на формуванні їхніх життєвих орієнтирів.

Половина опитаних на Західній Україні частково переосмислили свої цінності після ознайомлення з українською класикою. Стільки ж опитаних на Сході та на Півдні відчули вплив російської класики. Після опитування можна також констатувати однакове захоплення жителів центральних областей і українською, і російською класикою. Це дає змогу висунути гіпотезу про політичність вибору «рідної» класики.

Найбільшими любителями російської класики є покоління «старших за 40 років» або «40+» (35–40%). Покоління «старших за 40 років» лояльно ставиться і до класичної української літератури. Близько чверті опитаних респондентів зізнаються, що українська класика вплинула на їхній світогляд. Натомість саме вони найменше звертають увагу на якусь іншу літературу.

Старші люди не визнають впливу класичної зарубіжної або сучасної літератури. Серед опитаних 40+ кожна з цих опцій набрала не більш ніж 4,5 %. Це не дивно. Причини об'єктивні – вади освіти. Покоління «старших за 40 років» навчалось у «советській» школі та не мало альтернативного освітнього досвіду.

Предмет «Зарубіжна література» ввели в шкільну програму лише в 1990-х рр. Він міг вплинути на вибір літератури лише молодших українців. Це підтверджує статистика. Найбільший відсоток любителів зарубіжної класики – серед респондентів у віці 18–29 років. Саме вони є «продуктом» шкільних програм незалежної України. Вони читають зарубіжну класику. Саме молодь 18–29 років стежить за сучасною літературою. 11,5 % опитаних у цій віковій категорії визнали вплив сучасної літератури на свій світогляд. А велике значення літератури у формуванні світогляду найбільше підтверджує покоління «старших за 40 років».

Майже половина опитаних узагалі не вважають українських письменників популярними. Це свідчить про неабияку байдужість українців до літературного процесу. Це й не дивно, адже, як було вже сказано, третина опитаних узагалі не відчули впливу літератури на свій світогляд.

Найбільш скептичне ставлення до української літератури – на Півдні та на Сході України. Половина опитаних у цих регіонах не можуть назвати українських письменників популярними. Вони вважають, що «таких немає», або ж узагалі не змогли відповісти на запитання.

Найбільш лояльною до сучасної прози є Західна Україна. Чверть опитаних вважають популярними саме сучасних прозаїків. В усіх інших областях на позиції лідера перебуває саме класична література. «Дореволюційні українські класики» здобули найбільше визнання.

82,2 % респондентів протягом 2011 р. не прочитали жодної книжки українського письменника. Знову-таки це резонує із попередніми цифрами і підкреслює загальну байдужість до сучасного літературного процесу та брак рефлексу регулярного читання.

Попри це, маємо кілька сучасних авторів, які змогли подолати цю перешкоду. Зокрема, цікаво накреслити регіональну карту прихильності українців до різних письменників. Порівняно великий відрив від інших має Василь Шкляр (передусім завдяки тому, що був визнаний лауреатом Шевченківської премії в 2011 р.). Інші письменники змогли «достукатися» аж до 2 % респондентів. Це означає, що літературою не цікавиться ані населення України, ані ЗМІ... Або ж українці взагалі мало чим цікавляться, включно зі ЗМІ та літературою.



Водночас визнаємо величезну популярність Ліни Костенко. Її пояснити легко. Крім власне художніх переваг творів, констатуємо ще й канонічність. Зверніть увагу: з усіх представлених письменників лише Ліну Костенко вивчають у школі. Частина респондентів купували її поезію в часи своєї «советської» молодості, а інша частина – читали в межах шкільної програми.

Натомість респонденти, «старші за 50 років», взагалі не стежать за актуальним літературним процесом. 86,3–86,7 % з них не прочитали жодної книжки сучасного українського письменника. Проте молодь, яка нібито «не читає», демонструє найбільшу активність читання всіх представлених сучасних письменників. Виняток становлять Ліна Костенко, Марія Матіос, Юрій Андрухович, Сергій Жадан, Андрій Курков. Найбільшу читацьку любов до цих авторів виявили опитані віком 40–49 років.

Байдужість старшого покоління до сучасної української літератури очевидна. Половина з них узагалі не вірять у те, що сучасні письменники можуть бодай якось впливати на суспільну думку. Покоління 50+ найбільше сумнівається у впливовості українських літераторів, більшість із респондентів узагалі не визнають значущості подібних творів (0 %). Виняток – Ліна Костенко, Василь Шкляр, Оксана Забужко, Марія Матіос, Юрій Андрухович, Лада Лузіна.

Найбільше вірить у вплив письменників покоління 18–29 років. Водночас в Україні загалом половина респондентів у віці 18–49 не визнають впливовості творів українських письменників: 41,8–44,5 % опитаних вважають, що таких немає.

Як українці обирають книжки. 25–30 % опитаних обирають книжку винятково за її змістом. Усього для 72,7 % мова та ціна книги не мають жодного значення.

Більшість опитаних звернуть увагу хіба що на ціну (30 %). Вдвічі менше (15 %) – на мову, якою видана книжка. Тобто 85 % читачів точно оберуть книжку за якимось іншим критерієм.

Найбільш ощадливі в Україні – покоління віком 30–54 років. Майже для 35 % із них важливою є насамперед ціна книжки.

Найбільш мовно заангажованим є покоління 18–49 років. Близько 16 % із них звернуть увагу насамперед на мову видання.

Найбільш лояльними декларують себе респонденти 50+. Третина з них стверджують, що на вибір книжки впливає лише чинник змісту. От тільки більшість із них протягом року не прочитали і не купили жодної книжки сучасного українського письменника. Тобто ця лояль-

ність поширюється на якісь інші сфери читання. Також можливо, що ця лояльність є суто теоретичною.

Мовна проблема. В сучасній Україні мова та надумана полеміка між російськомовними та українськомовними вже давно є інструментом маніпуляції. Майже однакова кількість читачів (незалежно від регіону) готові відмовитися від книжки «не тією» мовою. Усього таких 50–60 %. Серед них однакова кількість опитаних зізналась у любові до російської та української класики. Проте це вплив політичних маніпуляцій, а також гри в слова «рідна мова» та «рідна література».

Наведені цифри 2011 р. доволі вичерпно характеризують наявні симптоми. Це вади освіти, ринку, власне літератури... Опитування чудово виявляє «шви», за якими видно вплив маніпуляцій і пропаганди. Це та подібні опитування не повинні спонукати до хапання за голову зі словами «що ж ми за народ такий». Навпаки – саме час замислитися про те, в якому напрямі розвиватися літературі, а також навіщо взагалі Україні література.

Культура читання. За визначеннями науковців, культура читання – це частина загальної культури людини, яка передбачає наявність комплексу навичок роботи з книгою, правильний вибір тематики, систематичність і послідовність читання, вміння швидко знаходити потрібну інформацію за допомогою бібліографічних посібників та користуватися довідково-бібліографічним апаратом, максимально сприймати прочитане. Культура читання сучасної людини – це вміння працювати не лише з книгою, але й з періодикою та іншими носіями інформації, виділяти головне в тексті, робити примітки, конспектувати, складати план, цитувати, робити висновки з прочитаного.

Культура читання – складне явище. Воно об'єднує як елементарне вміння користуватися закладкою, так і творче читання, коли читач стає «співавтором» письменника. Культура читання включає знання про місце книги, газети, журналу серед інших каналів масової інформації в сучасному світі, їх особливості порівняно з радіо, телебаченням, кіно, специфіку різних видів видань, публікацій різного виду і жанру. Від цього залежать правильний вибір творів друку, вміння зіставляти інформацію, отриману з різних джерел, економія часу і сил.

Культура читання сучасного користувача, споживача – це вміння працювати не лише з книгою, але й з періодикою, чітко уявлення про періодику з теми, вміння користуватися довідковим апаратом видання. Таким чином, гнучкість підходу до твору друку, розуміння різних цілей і завдань читання, критеріїв оцінки



художнього та наукового твору, газетної статті і монографії, способів роботи з ними – теж важливі грані культури читання. Підвищуючи культуру читання, ми піклуємося про майбутнє – закладаємо основи культури сприйняття інших каналів масової інформації. Оволодівши культурою читання, кваліфікований читач може стати кваліфікованим телекіноглядачем. Читацький рівень багато в чому визначає рівень духовного розвитку особистості і впливає на культуру освоєння технічних засобів інформації (наприклад, відео).

В історії розвитку цивілізації відбулися кілька кардинальних змін у сфері обробки інформації, які було названо інформаційними революціями. Перша інформаційна революція – винахід письма. Друга – винахід книгодрукування. У XV ст. сучасники відчували одночасно і радість, і страх з вимиранням рукописної книги, яку переписували, вкладаючи душу. Друкована книга здавалася їм механічною, бездушною, безликою. У XX ст. відбувається така ж зміна – четверта інформаційна революція – винахід мікропроцесорної техніки і поява персонального комп'ютера. «Суперниками» книги стали електронні комунікації. Складається тип нового віртуального читача, який отримав вільний доступ до електронних каталогів бібліотек світу. Формується новий читач – «читач – споживач – користувач».

Особливої актуальності на сучасному етапі набуває літературний розвиток молодого покоління, коли спостерігається значне поширення інформаційно-комунікаційних технологій і телебачення, що вимагають мінімум інтелектуальних зусиль, привачують учнів до пасивного сприймання інформації, призводять до зниження читацької культури та інтересу до літератури. Для її сприйняття необхідні спеціальні вміння, літературні здібності, зокрема вміння працювати з книжкою, знати її структуру. Потрібно підвищувати культуру читання, проводячи бібліотечні уроки, інтегровані уроки у бібліотеках.

Впровадження нових форм представлення інформації (баз даних, електронних книг, електронних журналів, газет тощо), стрімкий розвиток комп'ютерних технологій обробки даних, поява автоматизованих бібліотек, які мають електронні каталоги, – все це висунуло на перший план у сфері пошуку ефективних способів і засобів роботи з інформацією поняття «комп'ютерна грамотність». Його поява не означала відмирання понять «бібліотечно-бібліографічна грамотність» і «культура читання», але водночас спричинила істотне зниження громадського інтересу до них.

Популяризація читання: міжнародний досвід. Одним із ключових показників успішно-

го національного розвитку, конкурентноспроможності держави на світовому ринку є рівень культури та освіти кожного її громадянина. Головною ознакою, що визначає цей рівень, завжди була і залишається активність читання, яке можна розглядати як ключ до інформації.

Прикладом країни, в якій здійснюється цілеспрямована національна політика у сфері читання, може слугувати Франція. Міністерство культури цієї держави створило спеціальне Управління у справах книги і читання, яке розробило комплексну програму з урахуванням усього «шляху книги» – від моменту її створення автором (за державної підтримки) до отримання книги читачем. Після низки вжитих заходів було досягнуто значних успіхів у бібліотечному обслуговуванні населення: побудовано нові споруди та покращено стан приміщень публічних бібліотек, освоєно «нові території» для організації читання тих мешканців, які зазвичай не приходять до бібліотеки (насамперед функціонально неписьмених та «слабких» читачів). Це була справа не лише Міністерства культури Франції і не лише публічних бібліотек країни. Із метою вирішення проблем читання уклалися партнерські міжміністерські угоди (між міністерствами культури, юстиції, оборони, сільського господарства та ін.), що дало змогу проводити узгоджену політику в спільній боротьбі з функціональною неписьменністю, розширити можливості фінансування. Така політика сприяла зближенню і досягненню взаєморозуміння між викладачами навчальних закладів, працівниками соціальних служб та бібліотекарями, дала змогу організувати спільні підготовчі курси.

У певною мірою іншому напрямі здійснюється національна політика у сфері читання в США, де створено Центр книги (1997), що має повноваження урядової агенції і є частиною Бібліотеки Конгресу. Діяльність цього центру є прикладом успішного громадсько-приватного партнерства. Він реалізує освітню програму Бібліотеки Конгресу, що орієнтована на просування книги, читання й створення бібліотек через три партнерські мережі в країні. Вони включають 46 філій-центрів у штатах і окрузі Колумбія, 90 національних освітніх, бібліотечних і цивільних організацій, понад 12 академічних та дослідницьких установ.

Масова популяризація книги і читання здійснюється в Нідерландах, Німеччині, Великій Британії. Такі організації, як ЮНЕСКО, ІФЛА, Міжнародна організація читання, теж опікуються цією проблемою.

Набутий досвід свідчить, що політика залучення до читання поступово переходить від рівня відомчих завдань шкіл, бібліотек, книговидавців на національний рівень і стає обов'яз-



ком держави. Така політика здійснюється за державної підтримки навіть у тих випадках, коли нею опікуються громадські й інші недержавні організації. Проте світовий досвід підтверджує, що більша ефективність досягається саме тоді, коли вдається подолати відомчі бар'єри і проводити цю політику в національному масштабі, використовуючи узгоджену й цілеспрямовану систему заходів для вирішення проблем у сфері читання та функціональної грамотності.

Інформаційна культура. В основі інформаційної освіти покладено розуміння того, що інформація – головний ресурс людського суспільства, який є необхідним для досягнення прогресу і загальнокультурного зростання, а вміння добувати її, обробляти, використовувати, інтерпретувати – складові компоненти інформаційної культури.

Поняття «інформаційна компетентність» досить широке і трактується як складне індивідуально-психологічне утворення, що є результатом інтеграції теоретичних знань, практичних умінь у сфері інноваційних технологій, а також певної сукупності особистих рис. Американські дослідники визначають інформаційну компетентність як поєднання комп'ютерної грамотності, вміння працювати з традиційними видами інформації у бібліотеці, технічної грамотності, етики, критичного сприйняття та навичок комунікації.

Інформаційна компетентність є продуктом інформаційної культури та інформаційної освіти. Запорукою формування інформаційної компетентності є вміння знаходити, розуміти, оцінювати і застосовувати інформацію в процесі вирішення особистих, соціальних та глобальних проблем. Інформаційна компетентність дає змогу людині бути успішною в сучасному інформаційному суспільстві, реалізувати оптимальні рішення в різних сферах діяльності.

Дослідниця інформаційної культури із Санкт-Петербурга М. Суміна сформулювала умови формування інформаційної культури для певної категорії споживачів (підлітків). Однак їх можна екстраполювати на потенційних споживачів загалом. Такими умовами вона називає ставлення до інформації; спроможність взаємодіяти з інформаційним середовищем, моделювати власну інформаційну поведінку, створювати і використовувати персональні пошукові системи; здатність до оцінки інформації і себе як її носія і перетворювача; прагнення до інформаційного спілкування. Завдяки взаємодії з інформаційними системами юна людина починає розуміти роль інформації та інформаційних технологій у житті суспільства.

Дослідники проблеми культури читання. Ця проблема міждисциплінарна: цікава філософам,

педагогам, бібліотекознавцям, філологам, соціологам (як практика дозвілля), а також науковцям, які досліджують видавничу справу [3–13].

Василь Теремко: «Можна по-різному оцінювати привнесені цифровою культурою переваги, ризики і загрози, але нікуди не подітися від її реальності. Сприймати електронну книгу як новомодну і швидков'янучу банальність було б надто легковажно і фахово некомпетентно. Раціональніше – визнати, що вона є одним із найхарактерніших артефактів глобалізованого інформаційного світу. З нею пов'язані погляд на змістове наповнення книги як на електронний контент і відповідне цьому творення її елементів, а також нова специфіка читання. В ній одні фахівці вбачають передумови піднесення видавничої справи на рівень потреб сучасної цивілізації, інші – деградаційні тенденції і джерело ще непізнаних психокультурних проблем. На цій основі виростає переконання, що поступове звуження сфери функціонування, статусна трансформація традиційної (друкованої, паперової) книги, переструктурування видавничої діяльності, зорієнтованість уваги авторів, видавців, дистриб'юторів в простір новітніх медіа – цивілізаційна даність теперішніх днів. А обміління, вичерпаність деяких донедавна капіталоносних джерел – стимул до пошуку авторами, видавцями інноваційних способів діяльності» [12].

Микола Тимошик: «Найголовніша проблема – це не відсутність читача, а те, що в нас немає мережі поширення книг. Вона просто знищена, тому часто видавець з Харкова не знає, що видається у Львові. Не менш важливою проблемою є подорожчання поліграфічної продукції. Багатьом читачам важко придбати книжку, яка хоча б поверне затрати видавця, не кажучи про велику рентабельність». Що ж до стану української книги, то «тут варто брати до уваги загальний показник ЮНЕСКО – кількість книжок на душу населення. Ним визначається рівень демократичних процесів у суспільстві. У цивілізованих демократичних країнах Європи це 10–12 книжок на душу населення. Протягом останніх років ми тупцюємо на місці, адже у нас 0,8–1,1 книги на одного. На жаль, це показник відсталої папуаської країни. Ми перетворюємося на країну, яка перестає читати. Напевно, в суспільстві є зацікавлені в тому, щоб люди менше читали. Адже чим менше людина читає, тим менше думає. І тоді за неї легко можуть вирішувати інші. На мою думку, це принизливий показник для країни, яка славилася своєю книжністю в минулому» [13].

Світлана Водолазька: «Проблеми гнітючого тяжіння читацьких стереотипів над розвитком книговидання та книгорозповсюдження – явище для світового книговидання не нове, але на



попередніх етапах розвитку видавничої справи воно було менш відчутне, бо не йшлося про глобальне перенасичення ринку видавничою продукцією, відчувалась постійна спрага до читання. На початку XXI ст. видавці зіткнулись з феноменом не просто апатичності читача, а його пересиченням книгою і читанням. Загалом запит аудиторії та увага читача – ключові позиції, що зумовлюють успішність видавництва і формують його товарну політику, обсяги виробництва та оптимальну номенклатуру видань. Проте на сучасному етапі видавництва часто приймають хибні рішення і спираються при виборі стратегії розвитку та асортиментної політики на тиск зовнішніх обставин, що призводить до неефективного розвитку або провалу видавництва на ринку.

Поява електронної книги і її популярність були обумовлені не тільки швидкими темпами розвитку науково-технічного прогресу, а й зникненням культури читання, прискоренням життєвого темпоритму, збільшенням кількості способів проведення дозвілля, ущільненням можливостей наповнення вільного часу, де друкована книга частково стала засобом стримування, архаїзації, а електронна дозволяла розширити можливості. Для її утвердження на ринку знаковою стала масовізація електронних пристроїв для читання» [4].

Сутність читання. Читання завжди було предметом захоплення багатьох видатних особистостей. Люди читають з незапам'ятних часів, завдяки чому знання постійно передаються від одного покоління до іншого. Читання чинить вагомий вплив як на розвиток окремої особистості, так і на суспільство загалом. Регулярне і систематичне читання стимулює інтелект, робить людину вишуканішою, дає їй життєві орієнтири. Читання підготовлює індивіда до ефективної участі у соціальному, релігійному, культурному і політичному житті. Читання розвиває уявлення. Воно змушує по-новому дивитися на світ, дає змогу ставати мудрішими, розумнішими. Людина, яка вміє правильно читати, отримує необхідні засоби для розширення свого кругозору і примножує свої шанси на успіх. Читання є одним із головних чинників, що сприяють інтелектуальному та емоційному розвитку особистості. «Читання для розуму – це те ж саме, що й фізичні навантаження для тіла», – казав відомий англійський письменник Річард Стіль.

Сенс поняття «читання» неодноразово змінювався. У минулі часи під читанням розуміли звичайне отримання інформації з певних текстів. Однак з часом це поняття стало складнішим: воно передбачало розуміння тексту як одного цілого. Сміт і Робінсон (1980) визначили

«читання» як «спробу читача зрозуміти те, що хотів сказати письменник». За Тоїтом (2001), «читання – це процес осмислення, пригадування та поєднання понять за допомогою написаних слів». Девараджан (1989) визначав «читання» як мистецтво інтерпретації надрукованих або написаних слів. Ірвін (1998) вважав, що читання є процесом «взаємодії того, що в голові, з тим, що на папері».

Отже, читання – це здатність фіксувати слова або речення та розуміти інформацію, яку вони містять. Це когнітивний процес розуміння написаного тексту та вміння точно визначити значення написаних чи надрукованих слів або речень.

Пильна увага до проблем читання, цілеспрямоване вивчення інтересів читачів, організація досліджень, вибір їх методики – все це тісно пов'язано із загальною ситуацією і традиціями в культурі, освіті, економіці, політиці кожної з країн.

Очевидно, що єдина наука про читання та читача перебуває поки що на стадії формування. Однак є країни, де накопичено вже великий досвід у цій галузі.

Читання – це явище такого ж масштабу, як писемність, література, театр, живопис тощо. За рівнем «виходу» творчої енергії читання мало в чому поступається іншим творчим заняттям (можна говорити як про геніальних читачів, так і про безталанних): читач не тільки освоює навколишній світ, але й створює свій. Творче читання породжує найчастіше нову реальність, як уявну, видиму лише самому читачеві, так і цілком відчутну, доступну всім. Такі процеси відбуваються, наприклад, під час екранізації художнього твору, постановки п'єси. Недарма в багатьох випадках ідеться про «нове прочитання» твору. Крім того, читання (книги, фільму) є поки що єдиною технологією освоєння накопиченого людством знання в найширшому значенні цього слова.

Читання – це найважливіша стратегія життя мислячої людини. Читати необхідно все життя.

Усвідомлення проблем читання як всевітніх – найважливіша умова його вивчення, осмислення масштабу читання в різні періоди розвитку людства, особливостей вияву в різних регіонах і країнах, розуміння нових тенденцій його розвитку тощо. Отже, і вивчати це явище необхідно в його єдності та розмаїтті – необхідні глибокі порівняльні дослідження, виявлення національних особливостей читання, читацької діяльності тощо.

Почути голос іншого – саме в цьому полягає головна місія читача як члена комунікативного співтовариства, об'єднаного книгою. У книжковій комунікації відбувається спілкування чита-



ча з автором, але не лише з ним. В особі читача з автором «спілкується» вся культурна традиція, всі прочитані раніше книги, всі утримані в пам'яті образи та враження. Читання – процес глибоко індивідуальний і навіть інтимний, він не підлягає будь-яким узагальненням. Адже сприйняття у разі повторного читання твору однією людиною буде відрізнятися від попереднього. Ще більшою мірою це стосується різних людей з різними схильностями, смаками, здібностями, а тим паче читання одного твору в різних культурних світах та епохах. Отже, завжди ефемерне читання, яке «рідко залишає сліди, розсипається на безліч окремих актів і залюбки порушує будь-які йому поставлені межі» (Р. Шартъє), кидає виклик його науковій рефлексії.

Проблема читання. Зниження культури читання найбільш відчутно позначається передусім на становленні молодого покоління. З дітей, що не читають, виростають нечитаючі дорослі. На жаль, у шкільних навчальних програмах не реалізований принцип системного підходу: у текстах програм відсутні родові, системоутворювальні поняття, що характеризують сукупність видів інформації, документів, інформаційних видань, інформаційних продуктів і послуг тощо. Саме відсутність систематизованого уявлення про загальнонавчальні знання є причиною того, що, незважаючи на значний обсяг відомостей, які повідомляються учням загальноосвітніх закладів, практичні результати виявляються незадовільними. Школярі погано орієнтуються в сучасному документальному потоці, не бачать зв'язку між знанням джерел інформації та алгоритмами їх пошуку у бібліотеці або службі інформації. Інформаційні знання учнів мають розрізнений і хаотичний характер, що призводить до нездатності ефективно вирішити практичні інформаційні завдання. Проте головне – дітей не навчають грамотної роботи з книгою, не прищеплюють любові до друкованого видання. Натомість, навпаки, занадто складні для дитячого розуміння літературні твори, що входять до обов'язкової програми, лише відбивають потяг до книжки як до джерела захопливих подій, яскравих персонажів, цікавих історій.

Підвищення культури читання українців. Процес формування інформаційної культури вітчизняних читачів потребує диференційованого підходу, підбору методик і програм навчання, в яких урахувалися б їхні інформаційні потреби та інформаційна підготовка, наявні навички володіння комп'ютерною технікою.

• *Роль сім'ї і батьківського прикладу, адже дитина привчається до читання з перших років життя.* Передусім необхідно створити сприятливі умови для залучення дитини до

читання вдома. Також потрібно забезпечити відродження традицій сімейного читання; формування домашніх бібліотек, до яких мають входити не лише диски з фільмами та іграми, а й привабливо оформлені та цікаві книги для дітей; виховання читацької культури не лише в дітей, а й у їхніх батьків, які могли б щоденно подавати приклад читання, а також прищеплювати дітям любов до книг, даючи правильні поради та організуючи змістовне дозвілля.

• *Роль держави – програми підтримки книги та розвитку культури читання.* Надзвичайно важливим є проведення системної державної політики підтримки дитячого читання в Україні, визначальними напрямками якої мають бути: розроблення та реалізація довготривалої Національної програми підтримки читання, до якої мають бути залучені автори, видавці, бібліотекарі, педагоги, дослідники; цільове фінансування програм видання якісної літератури, комплектування бібліотек міської та сільської місцевості; щорічне державне замовлення на книги для українських видавництв різної форми власності; проведення соціологічних досліджень щодо стану та пріоритетів читання і різноманітних заходів з його підтримки, вивчення тенденцій розвитку української та закордонної літератури в усіх аспектах: літературознавчому, соціологічному, культурологічному, психологічному та педагогічному; посилення уваги вітчизняних письменників до необхідності створення якісних книг; збільшення кількості літературних премій в Україні, наприклад, за найкращу дитячу книгу року.

Зважаючи на проблему кризи передусім дитячого читання, розроблювана Національна програма підтримки читання має сприяти наповненню ринку якісними книжковими, аудіальними та мультимедійними виданнями, які б дали змогу прищеплювати дітям любов до читання. Передусім цю проблему можна вирішити, залучивши українські видавництва до розроблення та випуску таких мультимедійних видань, які б посилювали в дітей бажання читати друковану книжку. Перспективним може стати проект підтримки читання «Книжка та мультимедіа», який передбачатиме залучення дитини до книжкової комунікації через застосування в комп'ютерних програмах візуальних, аудіальних та мультіплікаційних фрагментів.

• *Роль учителів як наставників, а також школи не лише як освітнього, а й виховного закладу.* Необхідно прищеплювати любов до читання дітям у дошкільних закладах, школах, шкільних та дитячих бібліотеках. Для цього можна вжити низку заходів: уведення в школах годин позакласного читання; проведення в дитячих та шкільних бібліотеках ігор, вікто-



рин, конкурсів з метою популяризації читання; запровадження роз'яснювальних бесід щодо ролі та значення читання, акцентування уваги на позитивних його аспектах, пояснення негативного впливу надмірного захоплення комп'ютерними іграми та наслідків від зловживання ними.

• *Роль бібліотек.* Публічна бібліотека сьогодні – це заклад взаємноінтегрованих соціальних інститутів освіти і бібліотечної справи. Освітня діяльність бібліотеки реалізується не лише через формування інформаційно-культурного середовища, але й через безпосередню участь бібліотек в навчальному процесі шляхом передавання навичок інформаційно-бібліотечної роботи. Бібліотека, яка є однією з початкових ланок у ланцюзі безперервної освіти, одержує нині унікальний шанс підвищити свій престиж, зміцнити статус сучасного бібліотекаря за рахунок перетворення бібліотеки на особливий інформаційно-освітній центр – центр формування інформаційної культури користувачів сучасної книгозбірні. Центр, в якому читачі проходять особливу інформаційну підготовку: опановують знання й уміння організації інформаційного пошуку з допомогою як традиційної (ручної), так і нової інформаційної технології, шляхом аналізу і синтезу знайденої інформації, самостійної підготовки необхідних для навчання інформаційних продуктів.

• *Роль авторів і видавців книг як ініціаторів діалогу з читачем.* Українські видавці мають впливати на формування потреби читачів у якісній національній книжковій продукції, замовляючи письменникам твори високої художньої та освітньої цінності. Ефективними є також розроблення та реалізація Національної програми підтримки книговидавництва, яка забезпечить державне замовлення на створення та виробництво високоякісної книги як у друкованому, так і мультимедійному форматах.

• *Роль медіа загалом.* Сучасна людина – homemedius. Вона перебуває в медіатизованому середовищі. Але інформація, отримувана переважно з екранів телевізорів і комп'ютерів, далеко не завжди доброякісна. Така інформація не спонукає людину до саморозвитку, пропонує далеко не найкращі взірці поведінки. Відновлення в суспільстві позитивного іміджу читання, його колишньої привабливості можливе лише за умови суттєвого збільшення уваги до книги та престижності читання з боку ЗМІ, створення телевізійних передач, художніх та документальних фільмів, в яких популяризувалося б читання, участі у пропаганді читання відомих акторів, співаків, спортсменів; формування позитивного образу читача та створення всілякої реклами дозвілля з книгою.

• *Доступність книги – цінова політика видавництва.* На сучасному українському книжковому ринку відбуваються кардинальні зміни колишніх схем продажу. Зі зростанням конкуренції кожне видавництво дедалі більше орієнтується не лише на цінову політику, а й на забезпечення наявності своїх товарів на полицях магазинів, доступність їх для потенційного покупця. Тому чимало видавничих організацій України вважають доцільним використання переваг збуту книжкових видань через торгових посередників. Це обумовлюється тим, що зменшується кількість контактів між учасниками обміну, завдяки чому скорочується кількість дій і забезпечується узгодженість попиту і пропозиції.

У разі залучення посередників знижуються витрати за рахунок економії на масштабі діяльності, розширюється асортимент продукції різних видавців, що сприяє скороченню часу і зусиль виробника та споживача, з'являється можливість забезпечити оптимальні для останнього обсяги поставок.

Ціни на книжковому ринку, які складаються відповідно до його кон'юнктури, визначають самостійно як видавництва, так і книготорговельні підприємства. А замість торгових знижок, які діють у багатьох країнах, в Україні використовуються торгові націнки на видавничі, відпускні та книготорговельні ціни. Оскільки книжкова продукція проходить через багатьох посередників, вартість книг в окремих регіонах зростає на 60–100 %. На жаль, такі націнки в оптовій і роздрібній торгівлі під час встановлення ціни на книжкову продукцію звужують попит на неї, завдають шкоди діяльності видавництва, а зрештою, й самій книжковій торгівлі. Система товарного руху книжкової продукції є доволі складною. На кожному її рівні відбуваються цінові зміни, між видавничими і книготорговельними структурами спостерігається роз'єднання, оскільки немає єдності щодо умов регулювання книжкового ринку, зокрема в ціноутворенні. В українському книжковому бізнесі виникає такий парадокс: ціни на книги надто високі для споживача, який купує книгу в роздріб, однак вони надто низькі для досягнення видавництвами нормального рівня рентабельності. Формування цін на книгу – це складний і багатоступеневий процес, до якого залучено значну кількість учасників. Визначальною ланкою у цьому процесі є видавництво, від його ціни відштовхуються інші учасники товарного руху.

Ціна як маркетинговий інструмент може стимулювати продаж видань у гуртовій і роздрібній сферах або блокувати їх. Для стимулювання продажу видавництва використовують різні підходи, зокрема цінові знижки, не округлені



ціни, ціни спеціальних заходів (розпродажів), психологічну модифікацію цін (претикетинг).

Висновки. Отже, сформульовану на початку *гіпотезу* нашого дослідження ми вважаємо **підтвердженою**. Адже статистика підтвердила загальну тенденцію до зниження читацької активності українців на тлі недостатньо ефектної державної політики у книжковій галузі, непрофесійної роботи видавців, а також всеохопного явища комп'ютеризації життя людей, що заважає формуванню в українців культури читання.

1. *Збаровская Н. В.* Формирование культуры чтения в общедоступных библиотеках : дисс. ... канд. пед. наук / Збаровская Наталья Владиславовна. – С.Пб., 1997. – 205 с.

2. *Мирошниченко А.* Когдаумрутгазеты / Андрей Мирошниченко. – М. : Книжный мир, 2011. – 224 с.

3. *Вилегжаніна Т.* Криза читання як сучасна проблема світового рівня / Тамара Вилегжаніна // Бібліотечна планета. – 2011. – № 4 (54). – С. 4–6.

4. *Водолазька С.* Технологічні інновації як прогресивний фактор розвитку видавничого ринку / Водолазька С. А. // Світ соціальних комунікацій : наук. журнал / [голов. ред. О. М. Холод]. – Т. 9. – К. : КиМУ ; ДонНУ ; КПУ, 2013. – 164 с.

5. *Грет Г.* Дистрибуція як канал книгорозповсюдження / Г. П. Грет // Вісник Книжкової палати. – 2009. – № 5. – С. 5–6.

6. *Зражевская Н. И.* Современная медиакультура как компенсационный фактор социальных проблем общества с точки зрения культурных исследований / Н. И. Зражевская // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Сер.: Филология. Социальные коммуникации. – 2011. – Т. 24 (63). – № 4. – Ч. 1. – С. 48–52.

7. *Карьер Ж.-К.* Не надейтесь избавиться от книг! / Жан-Клод Карьер, Умберто Эко ; пер. с фр. О. Акимовой. – С.Пб. : Симпозиум, 2010. – 336 с.

8. *Крайнікова Т. С.* Друкована книга і читання в сучасній культурі медіаспоживання: рецептивний аналіз / Т. С. Крайнікова // Бібліотечний вісник. – 2013. – № 2. – С. 30–35.

9. *Литвиненко О.* Криза дитячого читання в контексті національного книговидання / Ольга Литвиненко // Вісник Книжкової палати. – 2009. – № 6. – С. 6–10.

10. *Мелентьева Ю.* От нациичитателей к нацизрителей. Эволюциячтения и егоизучения / Ю. П. Мелентьева // Библиотечнодело. – 2006. – № 10. – С. 2–6.

11. *Редакційно-видавничий процес підготовки і випуску видання / підгот. Надія Регідайло // Вісник Книжкової палати. – 2010. – № 11.*

12. *Теремко В. І.* Видавництво-XXI. Виклики і стратегії : монографія / Василь Теремко. – К. : Академвидав, 2012. – 328 с.

13. *Тимошик М.* Ми перетворюємося на країну, яка перестає читати [Електронний ресурс] / Микола Тимошик. – URL: <http://biznesoblast.com/culture/8670>.

Подано до редакції 15. 05. 2014 р.

Serazhym Kateryna. Culture of reading in Ukraine.

This article attempts to explore nature of the crisis of reading in Ukraine, to analyze the statistics on preferences of the Ukrainian readers, to find the main factors that prevent to formation of information culture of the Ukrainians and also to offer the ways of solution of the problem of low culture of reading.

Keywords: publishing, culture of reading, information culture, reading crisis.

Серажим Е. С. Культура чтения в Украине.

В статье осуществлена попытка исследовать суть кризиса чтения в Украине, проанализировать статистические данные относительно предпочтений украинских читателей, выяснить основные факторы, мешающие формированию информационной культуры украинцев, а также предложить пути решения проблемы низкой культуры чтения.

Ключевые слова: издательское дело, культура чтения, информационная культура, кризис чтения.