

Б. В. Дубин

Книга – чтение – библиотека

Тенденции недавних лет и проблемы нынешнего дня (по материалам статистики и массовых опросов)

Любая программа развития той или иной сферы повисает в воздухе без анализа и понимания картины того, что уже есть: назревших проблем, состава затронутых ими слоев населения с их представлениями о реальности, дефицитах и перспективах, системы существующих институтов и имеющихся у них ресурсов, возможных агентов (кругов, групп) развития. Имеет смысл сжато охарактеризовать эти моменты, как они видятся социологу.

Картина массового чтения россиян (в сравнении с позднесоветской ситуацией и с годами перестройки – эпохой повышенного спроса на запрещенную, прежде недоступную культурную продукцию, взлета тиражей газет, тонких и толстых журналов) за последнее десятилетие заметно изменилась и продолжает трансформироваться. В роли определяющих здесь выступают несколько взаимосвязанных социокультурных процессов. Все они в конечном счете обусловлены разложением советского социума и централизованно-бюрократической системы управления. В частности, это:

◆ распад советской интеллигенции с ее просветительской идеологией в первой половине 1990-х годов: фактический уход с культурной авансцены социальной группы служащих государственных учреждений культуры и образования вместе с их представлениями о культуре, литературе, чтении и с привычными, устоявшимися формами трансляции этих представлений (толстые журналы, литературоцентричное школьное образование);

◆ потеря ведущей культурной роли главным институтом организации чтения в советскую эпоху – государственной массовой библиотекой (как, впрочем, и государственными библиотеками всех других типов – научными, универсальными, национальными) в связи с прогрессирующим оскудением финансов, отставанием в комплектовании книжных и журнальных фондов и утратой основных функций – представления «национальной» культуры в ее общезначимых и обязательных образцах, обеспечения потребностей государственно-планируемой и финансируемой науки, поддержания работы средней и высшей школы;

♦ деэтизация и коммерциализация издательской деятельности в стране. Свыше двух третей книг и брошюр, выходящих сегодня в России, публикуется негосударственными издательствами (так обстоит дело по 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 носители таких новых для книжной и литературной культуры социальных ролей, как директора издательств, менеджеры по продажам, руководители отделов маркетинга, — чаще всего исходят из императива максимума прибыли в минимум времени. Понятно, что они концентрируют свою деятельность преимущественно на самой массовой по социальному адресу, серийно-типовой по изданию литературе — на «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 продуктами массмедиаальных, рыночных технологий;

♦ развал прежней системы книгораспространения, разрыв между «центрами» и периферией общества. Более 40% издаваемых в стране книг вообще не доходят сегодня до читателей. Для жителей села и городов с населением менее 100 тысяч человек книжно-журнальная продукция стала фактически недоступна, а руководители крупнейших издательств, по их признаниям, не заинтересованы в подобном контингенте (который в совокупности составляет две трети взрослого населения России!). Если в РСФСР работало свыше четырех с половиной тысяч книжных магазинов, то теперь их почти вдвое меньше: 500 сетевых, две тысячи независимых — при весьма значительном количестве (порядка 10–20 тысяч) книжных лотков с ограниченным, стереотипным репертуаром. В сегодняшней России один книжный магазин приходится в среднем на 60 тысяч потенциальных покупателей (в Европе — на 10–15 тысяч).

Динамика книгоиздания

Количество издаваемых в России книг за 1990–2005 гг. увеличилось в 2,3 раза, тогда как средний тираж сократился в 5,4 раза (табл. 1).

Таблица 1

Динамика книгоиздания за 1990–2005 гг.

Показатели	1990 г.	1995 г.	2000 г.	2005 г.	Соотношение 2005/1990 гг.
Число названий книг	41 234	33 623	59 543	95 498	2,31
Общий тираж (млн экз.)	1553,1	475, 0	471,2	669,4	0,43
Средний тираж (тыс. экз.)	37,7	14,13	7,91	7,0	0,19

Еще резче проявляется динамика в объеме и структуре переводных изданий: число названий изданных книг за период 1991–2005 гг. выросло более чем в три раза, однако средний тираж сократился в 17,2 раза (табл. 2).

Таблица 2

Динамика издания переводных книг за 1991–2005 гг.

Показатели	1991 г.	1995 г.	2000 г.	2005 г.
Число названий книг	3763	4484	7233	11331
Общий тираж (млн экз.)	470,2	119,1	72,7	82,3
Средний тираж книги (экз.)	124 953	26 561	10 051	7263

Все это значит, что покупающая книги и читающая публика за последние годы раздробилась, круги и кружки с их привычками и запросами изолируются и капсулируются, а каналы межгрупповой коммуникации, межслоевые и центропериферийные структуры слабы или склеротизированы, и в любом случае – работают плохо.

Распространенность и регулярность чтения

Общие сведения о характере чтения россиян представлены в табл. 3. Здесь и далее приводятся материалы всероссийских опросов, проведенных Аналитическим центром Юрия Левады.

Таблица 3

Читаете ли вы книги, газеты, журналы?

Периодичность (в процентах от числа опрошенных)	Книги		Газеты		Журналы	
	2003 г. N*=2100	2005 г. N=2400	2003 г. N=2100	2005 г. N=2400	2003 г. N=2100	2005 г. N=2400
Постоянно	26	29	43	38	21	19
От случая к случаю	40	42	43	46	47	48
Никогда	34	30	14	16	32	33

Книги и журналы активнее читают россияне моложе 40 лет, чаще – молодые женщины. Однако если пик регулярного чтения – 35–39 лет, то журналы регулярно читают прежде всего самые молодые россияне и россиянки – до 19 лет. Это и понятно, поскольку наиболее часто читаемые журналы, как, например, «Лиза», а во многом и «Семь дней», обращены именно к молодым женщинам.

*Здесь и в последующих таблицах N = число респондентов.

Самые молодые респонденты чаще, чем россияне других возрастных групп, берут интересующие их книги (для чтения, для учебы) в библиотеке — так поступают до трети россиян моложе 20 лет; две трети молодых людей записаны в ту или иную или даже в несколько библиотек. Респонденты средне-молодого возраста — 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») и на циркуляцию книг в сети друзей и знакомых. Наконец, 35–49-летние (до двух третей соответствующих возрастных подгрупп) предпочитают именно этот последний вариант — брать книги у знакомых и друзей.

Однако речь здесь идет лишь о большем либо меньшем «тяготении» той или иной группы к какому-то каналу доступа к книгам, а не о разделении их между группами: *все* возрастные подгруппы в той или иной мере пользуются *всеми* имеющимися у них возможностями. Различные группы активнее используют какой-то *один* из доступных им каналов (именно один, а не все имеющиеся!): самые молодые, еще ограниченные в собственных деньгах и движимые по преимуществу интересами учебы, с наибольшей регулярностью и частотой обращаются в *библиотеки*; молодежь постарше, уже располагающая собственными финансами, имеющая детей и т.д., активизирует *книгопокупку*; люди более старшего возраста (менее активные и менее самостоятельные в читательском выборе) мобилизуют *знакомства и дружеские связи*.

Это, среди прочего, означает, что *ни одна из названных групп не принадлежит к культурным лидерам, лидерам чтения*. В таких терминах они себя не мыслят и не определяют. Чтение для этих людей, если они вообще относятся к читателям, выступает одним из компонентов их социально-профессиональной роли (инженер), характеризует их положение на лестнице возрастов (учащийся) или статусов (руководитель).

Так или иначе, описанные выше процессы активизации всех имеющихся каналов доступа к книгам в сумме дали за последние годы известное *увеличение средних данных и о покупке книг* (некоторое расширение круга владельцев домашних книжных собраний любого размера и сокращение доли тех, у кого нет книг дома), *и о пользовании государственными библиотеками* (табл. 4 и 5). Так количество записанных в библиотеки и пользующихся ими в течение двух-трех последних лет выросло, тогда как в предыдущее пятилетие по преимуществу росла подгруппа тех, кто отказывался от пользования библиотеками, поскольку переставал находить в них что-то для себя интересное.

Таблица 4

Сколько приблизительно книг имеется в вашей домашней библиотеке?

Ответы	1995 г. N=2400	1996 г. N=2400	1997 г. N=2400	1998 г. N=2400	2000 г. N=2400	2002 г. N=2100	2005 г. N=2400
Не имею книг дома	24	28	27	32	34	30	27
До 100 книг	34	34	37	35	35	37	37
100–300 книг	21	22	21	20	18	21	21
300–500 книг	11	8	9	7	8	7	8
500–1000 книг	6	5	4	3	3	3	4
Свыше 1000 книг	4	2	2	2	2	1	3

Таблица 5

Записаны ли вы в какую-нибудь библиотеку и пользуетесь ли ею?

Ответы	1999 г. N=2400	2003 г. N=2100	2005 г. N=2400
Записан в одну/несколько и пользуюсь ими	18	18	24
Раньше был записан, но теперь не пользуюсь и впредь не намерен	37	50	47
Никогда не был записан в библиотеку	45	32	29

И все же рост книжного предложения на рынке, ориентированном в последние годы по преимуществу на массовый спрос, заметно контрастирует со значительным сужением возможностей библиотек в этом плане за то же самое время. Нарастает *разрыв между объемом ресурсов, адресацией и активностью двух разных по типу социальных институтов – книжного магазина и библиотеки*. В частности, он выразился в том, что россияне – в среднем, по их оценкам, как будто бы далеко не процветающие и не имеющие «лишних» денег – сегодня тем не менее явно предпочитают покупать книги, а не искать их в библиотеках.

Число общедоступных библиотек сокращается, как падает и число читателей в них (табл. 6).

Таблица 6

Динамика изменения количества библиотек и числа читателей

Показатели	1990 г.	1995 г.	2000 г.	2004 г.	Соотношение 2004/1990 гг.
Число массовых библиотек (тыс.)	62,6	54,4	51,2	49,9	0,79
Численность читателей в них (млн)	71,9	60,2	59,6	58,2	0,8

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

Напротив, в других, более ресурсообеспеченных и активных группах индивидуальная и семейная покупка книг по масштабам намного превосходит пользование книжными фондами библиотек любого типа. Но еще шире читающее население России (на этот раз – его более старшие группы) прибегает к сетевым связям: книгами меняются знакомые и друзья. С одной стороны, это, видимо, указывает все-таки на недостаточные доходы большинства читающих, а с другой – на то, что они не лидеры чтения, а только ведомые.

Иначе говоря, в массовом распространении книг как будто складывается или заметно укрепляется следующая тенденция: деятельность распадающихся, ослабевающих, централизованных институтов государства (библиотек, коллекторов) компенсируется, потесняется или замещается межличностными сетевыми связями. Вот данные опроса Левада-Центра на этот счет (2005 г.). Если в районных (городских) библиотеках обычно берут книги, по их словам, 19% россиян (в научных библиотеках – 9%), то покупают в книжных магазинах 39%, а берут почитать у знакомых и друзей 60%. Иными словами, книги – и собственно для чтения, и даже для учебы – наши соотечественники чаще покупают домой или берут на время у друзей, чем ищут в библиотеке. Группа наиболее активных книгоприобретателей – они покупают в среднем одну книгу в месяц и даже больше – составляет сегодня порядка 13% взрослого населения страны, тогда как свыше двух третей опрошенных (68%) приобретают одну книгу в полгода–год. Характерны и следующие данные: если в настоящее время не покупают книг 45% населения страны (не читают их – 30%), а журналы не покупают 60% (не читают – 33%), то *не пользуются библиотеками свыше трех четвертей (76%) взрослых россиян.*

Чтение книг: общие характеристики

На активность и постоянство чтения в целом наиболее заметное влияние оказывают два фактора – возраст и образование. Если сравнить социально-демографическую структуру активных читателей (тех, кто говорит, что читает постоянно: таких чуть менее четверти взрослого населения) и более массовой аудитории читателей, обращающихся к книге от случая к случаю (две пятых взрослого населения), то наиболее значимыми дифференцирующими признаками будут именно возраст, уровень образования и, соответственно, связанная с этим переменная социально-профессионального статуса. Впрочем, просматривается также и традиционное для советского типа модернизации влияние на чтение степени урбанизированности поселения, где живет респондент (см. табл. 7).

Таблица 7

Социально-демографическая структура групп активных и рядовых читателей и не читающих книги (в процентах)

Показатели	В среднем	Активные читатели книг	Рядовые читатели книг	Не читающие книги
Пол				
мужской	46	44	43	50
женский	54	56	57	50
Возраст				
до 29 лет	27	28	34	18
30–49 лет	36	41	38	29
от 50 и старше	38	31	27	53
Образование				
высшее	15	31	17	4
среднее	54	54	61	48
ниже среднего	30	15	22	48
Возраст и образование				
до 39 лет, высшее	7	14	9	2
до 39 лет, без высшего	37	35	46	28
старше 40 лет, высшее	8	17	8	2
старше 40 лет, без высшего	48	34	37	68
Тип поселения				
Москва, Петербург	11	19	10	6
большие города	17	16	20	13
средние города	20	18	26	14
малые города	27	23	26	31
села	26	24	19	35

В целом, как видно из приведенных данных, более активны в чтении женщины. Среди постоянных читателей книг преобладает группа 30–49-летних, тогда как самые молодые особенно активно читают «от случая к случаю». Важно, что эта возрастная когорта в значительной мере состоит из людей, которые лучше других адаптировались к новым социально-экономическим условиям, сумели добиться определенных успехов, относительного благосостояния, чей потребительский статус в их собственной оценке выше среднего.

Молодые россияне представляют собой наиболее активную группу потребителей журнальной продукции, что, прежде всего, связано с проблематикой социализации в целом, с рекламой и рекомендацией чисто молодежных типов культурной активности, будь то популярная музыка, кино, мода, стиль жизни и пр.

Изменения культурного и ценностного статуса чтения просматривается и в том, что среди более массовой группы читающих от случая к случаю выше среднего доля людей, закончивших школу, но не получивших вузовского образования, молодых (до 39 лет), живущих преимущественно в крупных и средних городах. Для этих категорий чтение становится или уже стало вполне обычным, рутинным занятием, не слишком отличающимся, скажем, от просмотра видеокассеты очередного блокбастера или одного из бесчисленных сериалов по телевидению.

Вместе с тем, для групп с высшим образованием, жителей столиц и крупных городов чтение, видимо, еще сохраняет прежнюю ценность, хотя речь здесь чаще идет о декларативных установках, демонстрации собственного культурно статуса или претензий, иными словами – о реакции прежде авторитетных литературных, культурных, читательских групп на процессы разложения литературной и книгоиздательской системы советских времен.

То, что активность чтения в значительной мере связана с адаптацией или социальным самочувствием, подтверждают данные о характеристиках людей, заявляющих, что они вообще не читают книг. Это чаще мужчины, жители малых городов и в особенности сел, люди старшего возраста, респонденты с образованием ниже среднего (а они составляют 30% взрослого населения). Представители этого слоя не обладают сколько-нибудь значительными социально-культурными ресурсами и не отличаются социальной активностью, поэтому не могут ни защититься от перемен, ухудшающих их статус, ни использовать ситуацию для улучшения своей жизни. Они ориентированы на пассивную адаптацию с постоянным снижением самооценок, запросов, требований к окружающей действительности, поэтому ограничиваются, как правило, столь же пассивным просмотром телевизора.

Среди более активных читателей доминируют три типа ориентаций, «весовое» соотношение которых можно оценить лишь приблизительно. Среди них выделяются в первую очередь более образованные и молодые группы респондентов, проживающих в столицах. Можно предполагать, что тут мы имеем дело с активной фазой социализации и с чтением как производным от этих обстоятельств (учеба, начало работы, активная фаза вхождения в литературную культуру). Другой пласт читаемых книг – «модное чтение», также очень выраженное среди молодежи. Наконец, среди активных читателей представлены группы, которые, вероятно, могут быть отнесены к категории бывших лидеров чтения, прежней интеллигенции, утратившей свой культурный статус, но все еще претендующей на вчерашнюю роль (отсюда сохраняющаяся традиционность их читательских предпочтений). Характерно, что эта более старшая по возрасту подгруппа активных читателей с высшим образованием ориентирована на чтение современной отечественной и западной словесности гораздо слабее, чем молодые читатели, живущие в крупных городах, где, собственно, и концентрируется основная часть актуальной книжной продукции.

Чтение газет

За девяностые годы резко сократилась доля россиян, ежедневно читающих газеты (табл. 8). Это было связано со спадом перестроечных надежд и широкого интереса к воплощавшим их фигурам уже к 1993 году, за которым последовали чеченская война и финансовый коллапс 1998 года. Позже, уже в путинский период, сворачивание независимых СМИ больно ударило прежде всего по прессе общественно-политического содержания.

Таблица 8

Как часто вы читаете газеты?

(в процентах от числа опрошенных в соответствующем году)

Ответы	1990 г.	1994 г.	1998 г.	2002 г.
Ежедневно	64	27	17	24
Не реже 1 раза в неделю	28	43	44	52
Не реже 1 раза в месяц	3	7	11	11
Практически никогда	7	23	27	15

Приведенные данные подтверждают провал ежедневной общероссийской печати, обозначившийся уже в первой трети 1990-х гг. На смену ежедневным центральным газетам у большинства читателей пришли еженедельники самого разного толка и качества, чаще – таблоидного характера, а также местная печать, которая в средних и малых городах читается гораздо более интенсивно, чем общероссийская центральная.

Однако важно отметить, что грани между разными типами газетных изданий за последние годы в значительной мере стерлись: подаваемая в них информация практически лишена серьезного аналитического подкрепления, ориентирована по преимуществу на сенсационность, скандальность и развлекательность. С повышением возраста читателей прослеживается постепенное падение интереса к чисто развлекательной печати, и предпочтение читателей среднего и старшего возраста примерно поровну отдается общероссийским и местным еженедельникам общеполитического плана: их во всех возрастных группах старше 25 лет читают от трети до двух пятых опрошенных. Что же касается собственно ежедневной печати, которую в совокупности читает сегодня чуть больше одной десятой населения, то основными факторами несколько более повышенного интереса к ней являются наличие у респондента высшего образования, а в еще большей мере – проживание в столице.

Покупка и чтение журналов

Сходные тенденции просматриваются в чтении журналов.

Таблица 9

Как часто Вы читаете журналы?

(в процентах от числа опрошенных в соответствующем году)

Ответы	1990 г.	1994 г.	1998 г.	2002 г.
Ежедневно	16	2	3	7
Не реже 1 раза в неделю	33	15	17	29
Не реже 1 раза в месяц	32	20	18	17
Практически никогда	19	62	62	47

К началу 2000-х годов основными темами, вызывавшими более или менее выраженный интерес россиян к журналам, являлись темы семьи, дома, мужская и женская, молодежная, моды и стиля жизни, развлечения в целом. Среди жителей крупных городов, людей с высшим образованием, а также среди молодых, успешных, социально адаптированных респондентов весьма слабо выражен интерес к журналам общеполитического и делового характера. Данные о чтении журналов в различных социально-демографических группах показывают, что сколько-нибудь глубокой дифференциации групповых интересов и предпочтений становится все меньше. Журнальный рынок, как и рынок популярных газет, работает сегодня преимущественно на массовую аудиторию, ориентируясь при этом на такие характеристики, как возраст, половая принадлежность, семейный статус, задавая и тиражируя в первую очередь потребительские стандарты и типы поведения. Поэтому в целом мы

имеем картину усреднения читательских предпочтений, сужения диапазона запросов. Показательным в этом плане является достаточно массовая популярность, в том числе у высокообразованной публики, журналов и сборников кроссвордов («лекарство от скуки»), а также журналов с телепрограммами – путеводителей по виртуальному миру.

Вышеизложенное подкрепляют и полученные в ходе опроса данные о покупке (соответственно – о чтении) различных типов журналов. Самыми покупаемыми и читаемыми выступают журналы телепрограмм, которые одновременно являются дешевыми и наиболее доступными изданиями, рассказывающими о жизни звезд, публичных фигур шоу-бизнеса (массовая и доступная во всех смыслах вариация гляцевых журналов). Столь же покупаемы и читаемы тонкие женские журналы, которые в свою очередь можно рассматривать как массовый, «сниженный», удешевленный вариант модных гляцевых журналов различной тематики, а также – журналы кроссвордов и сканвордов. Все эти типы журналов покупает в среднем 14–15% опрошенных. Другая группа изданий, аудитория покупателей которых в среднем примерно в три раза ниже, это более дорогие гляцевые журналы о моде, стиле и образе жизни (6%), мужские журналы более или менее традиционного типа (5%), молодежные журналы (5%), журналы о саде, огороде и приусадебном хозяйстве (6%), юмористические журналы, сборники анекдотов (5%), а также научно-познавательные журналы (5%).

Наиболее значимыми социально-демографическими факторами, влияющими на активность чтения журналов, являются пол, возраст, образование и уровень квалификации (табл. 10).

Таблица 10

Социально-демографическая структура групп активных и рядовых читателей и не читающих журналы (в процентах)

Показатели	В среднем	Активные читатели журналов	Рядовые читатели	Не читающие журналы
Пол				
мужской	46	34	46	51
женский	54	66	54	49
Возраст				
до 29 лет	27	38	33	15
30–49 лет	36	35	43	27
от 50 и старше	38	27	24	57
Образование				
высшее	15	27	19	6
среднее	54	48	63	48

Показатели	В среднем	Активные читатели журналов	Рядовые читатели	Не читающие журналы
ниже среднего	30	25	18	46
Возраст и образование				
до 39 лет, высшее	7	13	11	1
до 39 лет, без высшего	37	39	47	25
старше 40 лет, высшее	8	13	9	5
старше 40 лет, без высшего	48	34	34	69
Тип поселения				
Москва и Санкт-Петербург	11	13	13	8
большие города	17	19	19	13
средние города	20	22	22	17
малые города	27	26	28	27
села	26	20	19	36

Как видим, покупка и чтение журналов является скорее занятием женским, молодежным и городским. Как и в случае с не читающими книги, самые высокие доли вообще не покупающих журналов (при среднем показателе по выборке 55%) – в группе старше 50 лет (75%); среди респондентов с образованием ниже среднего – 74%; среди тех, кто считает, что они не могут приспособиться к новой жизни, – 74%; среди тех, у кого вообще нет домашних библиотек, – 72%; а среди тех, кто оценивает свой потребительский статус ниже всех остальных, – 81%. Менее значительное отклонение от среднего показателя по не покупающим журналы – среди жителей малых городов (60%) и сельской местности (65%); среди групп населения с низким и средним доходом (соответственно, 65% и 62%), а также среди тех, кто низко оценивает свой потребительский статус («денег хватает только на еду» – 62%), и тех, кто сократил свои потребности, чтобы приспособиться к новым условиям (65%).

Поскольку наиболее приспособленной, активной в потреблении, адаптированной к существующим социально-экономическим условиям является более молодая часть населения крупных городов, среди которой сегодня наиболее распространена покупка книг и журналов, наиболее показательными и дифференцирующими факторами будут оценки собственной адаптации по повышающему типу («удалось использовать новые возможности, открыть собственное дело, повысить

доход»), а также высокая оценка своего потребительского статуса («можем позволить себе покупку дорогих вещей»). Именно эти группы и являются лидерами покупки журналов сегодня.

Чтение художественной литературы

Среди читателей книг каждый шестой (17%) не читает художественной литературы. Среди тех, у кого нет дома книг, эта доля достигает 27%, тогда как среди респондентов с самыми большими библиотеками – 4%.

В среднем женщины – как это было на протяжении всей истории массового чтения XIX–XX веков – читают книги несколько чаще, чем мужчины, их чтение носит более интенсивный характер (продолжительность в день), они опережают мужчин и по количеству прочитанных в течение месяца книг. Неудивительно и одновременно показательно, что лидерами читательского спроса являются сегодня «женский» детектив, а также «женская» проза. Сравним, как различается картина предпочтений по полу (табл. 11).

Таблица 11

Жанровые предпочтения читателей художественной литературы (по полу)

Жанры	В среднем	Мужской	Женский
Женский детектив	24	6	34
Женская проза	19	1	29
Историко-приключенческая классика	16	16	16
Современная историческая проза	14	16	13
Русская советская классика	11	9	12
Классические зарубежные детективы	9	11	8
Книги о ВОВ	9	14	7
Русская дореволюционная классика	9	7	10
Зарубежная классика	8	6	9
Традиционная фантастика	6	11	4
Фэнтези	5	8	4
Мистика	5	5	4
Советские романы-эпопеи	5	4	6
Современная отечественная проза	5	5	6
Новые западные детективы	4	6	3
Современная зарубежная проза	4	4	5
Поэзия	2	2	3

Как видим, резкая дифференциация активности чтения по полу относится только к жанровой литературе. Это означает, что в основе читательского интереса к массово-популярным жанрам лежат дефициты базовых ролевых самоопределений. «Женское» самоутверждается за счет тривиализации и снижения мужского (как в «женском» детективе), либо, напротив, через его возвышение и романтизацию — как в любовных романах либо историко-авантюрной прозе. За «мужским чтением» при этом стоит установка на компенсацию низкой самооценки — либо в жестко-агрессивной форме (боевики), либо через ту же романтизацию (фантастика, фэнтези, детектив, историко-приключенческий роман).

Применительно к актуальной литературе — и отечественной, и переводной — дифференциация по признаку пола отсутствует, хотя и интерес к ней заметно более узок.

В чтении даже самых образованных и литературно-квалифицированных групп сегодня преобладают ориентация на пассивно-адаптивный тип культурного поведения и потребления, отказ от анализа современности, склонность к развлечению и эскапизму, усреднение вкусов, ностальгия по «прошлому».

Это видно из сравнения данных о читательских предпочтениях групп с наибольшими культурными ресурсами — значительными домашними библиотеками: их внимание к массовым развлекательным жанрам явно растет, чего нельзя сказать об интересе к актуальной словесности, отечественной и переводной.

Таблица 12

Жанровые предпочтения владельцев крупных домашних собраний* и респондентов с высшим образованием

(в процентах от числа опрошенных в соответствующей группе)

Жанры	1997 г.	2000 г.
Фантастика	19	24
Детективы, боевики	41	46
Любовные романы	33	38
Исторические романы, книги по истории	44	50
Классика	37	41
Современная русская литература	18	20
Современная зарубежная литература	17	10
Поэзия	21	19
Практически не читаю	10	5

* Домашняя библиотека, насчитывающая от 500 книг и более; группа составляет около 5% всех опрошенных; N=2400.

Чтение нехудожественной литературы

Никаких других книг, кроме художественной литературы, не читает каждый пятый читатель книг в России. При таком интересе к нон-фикшн, в принципе, можно было ожидать значительного спроса на литературу по разным отраслям знания, будь то история, психология, философия, техника, культура и ее история. Книжный рынок предлагает сегодня довольно широкий спектр подобных изданий, рассчитанных на читателей разного уровня подготовки, направленности и глубины интересов. Однако на массовом уровне предпочтения российских читателей в этой части книжной продукции представляются довольно бедными, слабо выраженными и не слишком дифференцированными по читательским группам. Относительно массовым интересом пользуются лишь три типа книжной продукции нон-фикшн: книги о здоровье и лечении (25% всех опрошенных читателей книг), книги по кулинарии (20%) и книги по специальности (20%). Интерес к книгам по здоровью ощутимо дифференцируется по полу (доля интересующихся ими мужчин в три раза ниже, чем женщин), по возрасту (до сорока лет интерес к ним значительно ниже среднего), а также по уровню социальной адаптации (чем он ниже, тем выше интерес к этого рода литературе). Меньше остальных озабочены своим здоровьем жители столиц.

Если учесть, что возрастная граница между более или менее адаптированной частью населения и теми, кто не считает, что адаптировался к новой жизни или сможет это сделать в будущем, проходит на протяжении многих последних лет именно по поколению сорокалетних, то можно считать, что интерес к собственному здоровью и лечению носит скорее черты социального невроза не вписывающихся или выпадающих из социума групп, признака фрустрированности и неудовлетворенности сложившейся жизнью, а не проявления рационального подхода к своему здоровью как важнейшему жизненному ресурсу.

Интерес к книгам по специальности сильнее выражен у мужчин, у респондентов с высоким доходом, высшим образованием и у тех, кто описывает свой статус как относительно высокий и считает, что достаточно хорошо социально адаптирован. Намного выше среднего он среди самых молодых — в группе до 24 лет. Понятно, что в этих же категориях респондентов повышен спрос на учебную литературу — среди самых молодых он очень высок (60%).

Покупка книг

Более половины всех опрошенных (52%) не покупают книги вообще, притом что не читают их, напомним, 37% всех опрошенных. Основная масса (30% опрошенных) покупает книги для себя, своей домашней библиотеки, примерно каждый десятый — для учебы, а 13% опрошенных — для детей.

По 7% всех опрошенных покупают книги для работы или в подарок. Хотя бы одну книгу в месяц покупали в последнее время 13% взрослых россиян.

При этом готовность выделить на книги деньги из семейного бюджета гораздо выше, чем реальная покупка. Треть покупающих книги россиян, по их уверениям, готова потратить в месяц на книги 100 рублей, чуть более четверти – от 100 до 200 рублей, 24% – от 200 до 500 рублей. Иными словами, в принципе, 84% всех покупателей готовы покупать в месяц не менее одной книги средней стоимости, а каждый десятый – тратить на книги более 500 рублей в месяц.

В качестве основных переменных, от которых зависят количество покупаемых в год книг, а также готовность выделить из бюджета средства на покупку, выступают прежде всего потребительский статус, характер социальной адаптации и уровень дохода, а также уровень образования и тип поселения. Приведем сравнительные данные по этим признакам (табл. 13 и 14).

Таблица 13

Сколько примерно книг вы купили за последние 12 месяцев?

(в процентах от числа респондентов, покупающих книги)

Признаки	1–2 книги	3–5 книг	6–10 книг	11–15 книг	Больше 15
В среднем по выборке	35	33	19	5	8
Тип потребления					
Низкий	53	24	11	4	8
Нижний средний	44	30	16	5	4
Средний	28	38	19	5	10
Высший средний	22	31	28	7	12
Тип адаптации					
Деадаптированные	44	32	15	1	7
Сократившие потребности	40	35	14	7	4
Приспосабливающиеся	33	32	21	5	9
Повышающая адаптация	24	27	31	5	14
Доход					
Низкий	45	35	7	5	7
Средний	39	30	20	5	7
Высокий	27	36	21	5	10
Образование					
Высшее	28	34	22	6	10
Среднее	39	32	17	4	8
Ниже среднего	38	40	11	5	6
Тип поселения					
Столицы	28	33	21	7	11
Большие города	33	32	20	7	8
Средние города	40	37	13	2	8
Малые города	38	34	20	2	6
Села	37	30	19	7	8

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

*(в процентах от числа респондентов, покупающих книги)**

Признаки	До 100 руб.	101–200 руб.	201–500 руб.	501–1000 руб.	Свыше 1000 руб.
В среднем по выборке	29	28	26	7	3
Тип потребления					
Низкий	43	18	12	2	1
Нижний средний	41	26	17	4	1
Средний	24	31	32	7	2
Высший средний	13	27	33	19	7
Тип адаптации					
Деадаптированные	30	38	18	1	–
Сократившие потребности	41	24	18	5	1
Приспосабливающиеся	28	28	26	7	2
Повышающая адаптация	15	24	37	16	7
Доход					
Низкий	34	21	20	5	2
Средний	36	30	19	5	2
Высокий	19	30	36	10	3
Образование					
Высшее	21	27	33	10	4
Среднее	34	28	22	6	2
Ниже среднего	37	31	15	5	2
Тип поселения					
Столицы	20	27	34	11	3
Большие города	33	30	21	6	3
Средние города	37	23	23	5	3
Малые города	30	31	23	5	1
Села	31	28	23	9	3

Хотя покупка книг не представляется большинству россиян очень существенной тратой, реально респонденты их покупают меньше, чем могли бы. Это значит, что изменилось ценностное значение, социальная одобряемость и привлекательность книги, чтения, книгособиательства. Компенсацией этого снижения ценностного потенциала книгопокупки становится заимствование книг для чтения (по определению, популярных) у знакомых и друзей. Владение книгой, ее хранение стало для большинства россиян ценностно-нейтральным, незначимым поведением.

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

Активные покупатели в книжных магазинах Москвы и Петербурга

Покупатели книг в «двух столицах» России значительно различаются. Москвичи более часто бывают в книжных магазинах: ежемесячно и чаще 88% (79% – в Санкт-Петербурге), причем чаще петербуржцев используют все каналы книгопокупки – от книжных супермаркетов до уличных лотков – и активнее приобретают классику и современную литературу, женский детектив и новейшие западные остросюжетные романы. Петербуржцы несколько активней лишь в приобретении книг по школьной программе, учебной литературы. Москвичи обеспеченнее и готовы потратить на книги больше денег (свыше 500 рублей в месяц – 34% книгопокупателей-москвичей и лишь 22% петербуржцев). Зато покупатели книг в Петербурге заметно чаще москвичей пользуются районными (городскими) и учебными (школьными, студенческими) библиотеками. Соответственно, в семьях покупающих книги москвичей больше книг, чем у петербуржцев: более 500 книг – у 61% книгопокупателей в Москве и у 42% в Петербурге.

В целом это совпадает с общероссийской тенденцией к относительному размежеванию институтов культуры двух типов – общегосударственных и независимых (городских, частных и пр.), – о чем говорилось выше. Более обеспеченные, самостоятельные, квалифицированные и требовательные читатели тяготеют к *книгопокупке* (соответственно, освобожденной от опеки государства), менее обеспеченные и образованные, учащиеся и т.п. – к *государственным библиотекам*. Характерно, что среди книгопокупателей в Москве значительно больше людей с высшим и незаконченным высшим образованием (74% в Москве, 54% в Петербурге), да и доля лиц, не чувствующих серьезных ограничений в покупке и потреблении вещей, благ, услуг, среди московских покупателей книг также заметно выше, чем среди петербургских – 64 и 47% соответственно.

Если говорить о посетителях книжных магазинов разного типа, то более образованные, высокодоходные и книгообеспеченные группы покупателей тяготеют к крупным книжным магазинам и супермаркетам *в центре города*, покупатели с несколько более низкими доходными, образовательными и статусными показателями чаще предпочитают магазины *на периферии*. Так, доля людей с высшим и незаконченным высшим образованием среди покупателей «Букбери» в центре города составляет 78%. Понятно, что именно в центральных «Букбери» чаще покупают классическую и современную литературу (отечественную и зарубежную). Образцы массовой жанровой словесности – от боевиков до исторических романов, а также детскую и учебную литературу активнее приобретают посетители книжных магазинов на окраинах города.

Основные итоги и выводы

1. Доля постоянно читающих газеты и журналы за пятнадцать истекших лет очень заметно сократилась, но доля читающих книги за последние годы даже несколько выросла. Однако явно изменилось *содержание чтения*: преобладающая часть населения, включая институтски образованных людей среднего и старшего среднего возраста, переключилась на серийную жанровую литературу (детектив, любовный роман, историко-авантюрный или историко-патриотический роман). Еще заметнее переход массы населения и в том числе образованных слоев от чтения к телесмотрению (в среднем три–четыре часа в день), так что чтение все чаще выступает дополнением ТВ (те же жанры, та же серийность). Из журналов в среднем наиболее популярны женские и телевизионные, из газет – еженедельные массовые (информационно-справочные и развлекательно-сенсационные). Национальной газеты, а тем более нескольких – «толстых», с большими отделами науки и культуры, рецензиями на новинки и пр., – в России по-прежнему нет. Интернет на эти показатели почти не влияет, поскольку с регулярностью раз в неделю им пользуется не больше 10% россиян, а ведущие мотивы обращения к сети – не чтение, но наведение справок, переписка, ознакомление с новостями, для молодежи – слушание музыки, общение в чатах.

2. При этом число издаваемых книг (по названиям) с начала 1990-х годов 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 стали не библиотека и не книжный магазин, а друзья и знакомые, что и понятно: более 40% издаваемых в стране книг вообще не доходят сегодня до читателей, при том что жителям села и городов с населением меньше 100 тысяч человек книжно-журнальная продукция в регулярном режиме стала чаще всего просто недоступна. Сегодня лишь самые молодые респонденты чаще, чем россияне других возрастных групп, берут интересующие их книги для чтения или для учебы в библиотеке – так поступают до трети россиян моложе 20 лет; две трети последних записаны в ту или иную библиотеку или даже 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 через друзей и знако-

мых. Наконец, 35–49-летние (до двух третей этой возрастной подгруппы) предпочитают именно последний вариант – брать книги у знакомых и друзей.

3. В этом плане не удивительно, что средние тиражи книг и толстых литературных журналов последовательно снижаются. Они все больше замыкаются сегодня в различных кругах и сетях «своих» читателей и не проникают через границы между группами и слоями (раньше это «просачивание» осуществляли библиотеки, а из типов изданий – журналы). За последние десять лет заметно выросло количество семей, где вообще нет книг (с 24 до 34%), и, напротив, более чем вдвое (с 10 до 4%) сократилась доля семей, имеющих значительные библиотеки свыше 500 томов, то есть обладающих самостоятельными культурными ресурсами, своего рода «культурной памятью». Таким образом, под вопрос теперь встало существование самой категории «лидеров чтения» (прежде к ним безоговорочно относились наиболее образованные подгруппы, а источником книг для них, как правило, служила библиотека).

4. 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 либо вовсе обходиться без печатных источников, переключившись на ежедневное трех-четырёхчасовое телесмотрение, либо выбирает себе для чтения исключительно серийную жанровую словесность – детектив, любовный роман, сенсационно-приключенческую историческую прозу, которую сегодня гораздо чаще не получает в библиотеках и не покупает в книжных магазинах, а берет на время у друзей и знакомых. Иными словами, в стране сложился в определенном смысле *другой социум*. Он иной по структуре коммуникаций, по их интенсивности (точнее, наоборот, их неинтенсивности), по содержанию этих коммуникаций. Можно сказать, что прежняя, советская социальная конструкция как целостность продолжает разваливаться, а обломки стараются удержаться и зацепиться хотя бы друг за друга.

5. Контекстом этих процессов были все большая унификация и огосударствление телеканалов «сверху» (основу их программ составляют 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, ощущающим в массе свою беззащитность и беспомощность, которые выражаются в крайней настороженности по поводу любых перемен, настаивании на каком-то мифическом «особом пути России» и растущей неприязни к любым «чужакам» (речь 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 напоминает сегодня библиотеки учебные, в основном школьные, отчасти — вузовские. Общий объем комплектования библиотек книгами за 1990-е годы 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 даже вовсе отказались от них. В этом плане Россия сегодня стала напоминать остров, который все больше разбивается на отдельные островки, регионы и т.п.

7. Таким образом, *первая главная проблема в области чтения — реальное распространение издаваемых во всё большем количестве книг по территории страны, обеспечение доступа к ним самых массовых читателей* (а это, с учетом материального уровня населения, возможно прежде всего через библиотеки или через 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 этим миром.* Третья проблема — *преодоление идущего год за годом последовательного сокращения тиражей издаваемых книг, дробления, размельчения их читательских аудиторий без каналов связи, без книжного обращения 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 впятеро уступает соответствующему показателю 1990 года, тогда как число названий выросло в 2,3 раза. И это расхождение становится все резче.

8. Некоторые социологи говорят о нынешней России как о социуме телезрителей, объединенных в их собственном воображении именно тем, что они — только зрители. ТВ сегодня не просто много смотрят, оно фор-

мирует 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 пр., 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 20–30-летней давности. Причем происходит это 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) остаются немодернизированными, так что осуществлять свою роль — инициаторов нового, или распространителей устоявшегося, нормативного либо классического — они фактически не могут.

Подобная ситуация ставит нас перед вопросами 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 сознание россиян уже привычными для них ксенофобией и изоляционизмом, агрессивной риторикой великой державы и мифологией очередного особого пути. Как свидетельствуют опросы общественного мнения, все показатели популярности подобных установок за последние несколько лет в России и, в том числе, в ее столице заметно выросли — под влиянием как реальной политики правящих верхов, так и массивного воздействия со стороны огосударствленных масс-медиа.

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.

Но ответственность за сложившуюся ситуацию также 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, где 40% населения считают, что «инородцев» надо выселять, 60% поддерживают лозунг «Россия для русских», 70% — что надо подвергать «чужаков» и учреждения, где они работают, особо строгой проверке, постоянному контролю со стороны власти. В России, 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: они не нуждаются в *других*, их не интересуют 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 значимого.

9. Важный узел проблем — **чтение детей**. Как показывают международные сравнительные исследования — по программе PISA и др., — российские дети, особенно младших возрастов, читают даже чаще и больше многих своих зарубежных сверстников. Они более позитивно оценивают чтение как занятие. Но, во-первых, эта позитивная установка и частота чтения вовсе не гарантируют его качества. (Сложность задач, нестандартность решений, самостоятельная рефлексия — вот что не дается российским детям. Техника чтения здесь ни при чем, ею они вполне владеют). Во-вторых же, привычка и интерес к чтению, частота обращения к печатному слову резко падают 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, его постоянного повышения. А без установки на такое повышение, самостоятельность, выбор из многообразия у самого человека, в окружающей среде, в основных институтах социума невозможно обеспечить реальное качество чтения, образования, труда, досуга. Между тем, как свидетельствуют данные опроса Левада-Центра от декабря 2006 года, к 9-му классу интенсивность чтения у школьников снижается, нарастает отношение к нему как к 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, ибо она сосредоточена совсем на другом, а подавляющее большинство издающейся детской литературы адресовано «самым маленьким».

10. Говоря уже совсем коротко, узловыми точками наиболее острых проблем, связанных сегодня с чтением и книжной культурой, 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, но и 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 в принципах подбора людей для этих институтов (широко говоря, в проблеме новых кадров, включая их подготовку, продвижение, формы связей с обществом и подотчетности ему). Программа чтения в этих условиях должна, с одной стороны, вывести на достойный уровень обеспечения журналами и книгами самых массовых читателей, фондов «низовых», наиболее близких к ним сельских, районных, школьных библиотек, а с другой — дать возможность наиболее подготовленным, разборчивым и требовательным группам общества, претендующим на роль политической, экономической, культурной элиты, ощущать себя частью большого, открытого мира науки, культуры, публичной жизни с его многообразием и конкуренцией, личным выбором и ответственностью за этот выбор. Между тем, все социально-политические и социокультурные тенденции последних лет ясно показывают, что, так или иначе, разными группами населения принят относительно устраивающий многих (по принципу «не было бы хуже») курс на *массовизацию и нивелировку социума без модернизации его основных институтов* (выборной системы, суда, образования, армии, независимых общественных движений, публичной сферы и т.д.). В данном контексте Национальная программа поддержки и развития чтения рискует разделить бюрократическую судьбу других национальных проектов в столь же проблемных сферах коллективной жизни россиян.