

УДК 316:379.823 (477)

ЧИТАННЯ У СТРУКТУРІ КУЛЬТУРНО-ДОЗВІЛЛЕВИХ ПРАКТИК НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ

У статті подаються результати моніторингу „Українське суспільство“, що проводиться Інститутом соціології НАН України, починаючи з 1994 р., та інших опитувань. Вивчалися культурно-дозвіллієві практики населення країни та споживання ним інформації з аналізом тих об'єктивних факторів, що впливають на цю діяльність, а також на якісні й кількісні характеристики читання.

Ключові слова: соціологічне дослідження, дозвіллієве читання, прагматичне читання, читацькі категорії за віком, перешкоди дозвіллієвій діяльності, культура читання.

В статье рассказывается об итогах мониторинга „Украинское общество“, который проводится Институтом социологии НАН Украины, начиная с 1994 г. и других опросов. В частности, изучались вопросы культурно-досуговых практик населения страны и потребления ним информации с анализом объективных факторов, влияющих на эту деятельность, а также на качественные и количественные характеристики чтения.

Ключевые слова: социологическое исследование, досуговое чтение, прагматическое чтение, читательские категории по возрасту, препятствия досуговой деятельности, культура чтения.

Article sums up the „Ukrainian society“ monitoring made by the Institute of Sociology at the National Academy of Sciences of Ukraine in 1994–2009. It examines the issues of cultural and leisure practice of population and its information consumption with the analysis of impartial factors that affect this activities and both qualitative and quantitative characteristics of reading.

Key words: sociological research, leisure reading, pragmatical reading, age-based readers' category, leisure activity impediment, culture of reading.

ВМІННЯ читати, поширеність і популярність цієї практики серед населення є важливими характеристиками розвитку суспільства. Читання в соціогуманітарних науках сьогодні трактують у розширеному вигляді – як читання преси, художньої і спеціальної літератури, а також «екранне» читання. Під час соціологічного аналізу практик читання на основі даних кількісних обслідувань серед основних є такі запитання:

- яке місце займають практики читання у структурі дозвілля, динаміка обсягу читання;
- які фактори/перешкоди впливають на обсяг і регулярність читання різних соціальних груп;
- що саме читають, тобто смаки і уподобання різних аудиторій.

Подальший аналіз базується на даних моніторингу «Українське суспільство» Інституту соціології НАН України, який проводиться з 1994 р., та інших репрезентативних для дорослого населення України (18+ років) опитуваннях Інституту [1]. Це спостереження дає змогу дослідити динаміку занять населення у вільний час та місце читання в їхній структурі.

Структура культурно-дозвіллієвих практик вікових угруповань

Вік є значущим фактором впливу на специфіку проведення дозвілля і участь у культурі. Отже, виокремимо три основні вікові групи: молодь (18–29 років), люди середнього віку (30–54 роки) і люди старшого віку (55+). У структурі культурно-дозвіллієвих занять представників усіх вікових груп, за даними моніторингу 2008 р., домінують домашні, приватні візріці проведен-

ня дозвілля, а саме: протягом тижня популярними заняттями

Л.Скокова

є перегляд телепередач (87%), читання газет (58%), відпочинок, нічого не роблячи (42%), прослуховування радіопередач (39%), прослуховування музики (28%), читання художньої літератури (26%). Також важливими є домашні види спілкування і відпочинку: перебування в гостях та приймання їх (по 38%), заняття з дітьми (28%). У вільний час 18% опитуваних використовують комп'ютер, 13% – переглядають відеофільми, 9% – вивчають літературу за спеціальністю.

З-поміж названих занять молоді люди набагато частіше слухають музику (53% порівняно із 28% – групи середнього віку і 11% – старшого віку), займаються з комп'ютером (38%; 18%; 5% відповідно), переглядають відеофільми (25%; 13%; 4%), вивчають літературу за спеціальністю (14%; 10%; 4,5%). Стосовно читання художньої літератури протягом тижня відсутня значуща диференціація за віком, тоді як з підвищенням віку частка читачів газет зростає (45% серед молоді і 64% – серед людей старшого віку).

Участь в активних видах культурно-дозвіллієвих занять більш характерна для молодшої і середньої вікових груп. Так, ранковою гімнастикою і фізкультурою займаються 18% респондентів молодого віку, 14% – середнього віку і 10% – старшого віку; відпочивають на природі, відповідно, 24%, 17% і 10%; грають у настільні ігри – 12%, 8% і 5%.

Публічний візріць участі у культурі і проведенні дозвілля в цілому є більш характерним для молодшої, а також середньої вікових груп. Винятком є відвідування церкви, куди частіше ходять люди похилого віку (24%)

порівняно з групою середнього віку (17%) і молоддю (10%). Молоді люди набагато частіше відвідують розважальні заклади і видовища: клуби та дискотеки (14%), ресторани, кав'ярні (13%), спортивні видовища (6%), плавальні басейни, спортзали (7%). Також серед них вища активність у відвідуванні протягом тижня деяких закладів культури – кінотеатрів (9%), бібліотек (8%).

Динаміка обсягу читання

Аналіз структури дозвілля за роки спостережень показує загальну тенденцію скорочення обсягу деяких читацьких практик, пов'язаних із споживанням друкованої продукції, і, водночас, збільшення частки тих, хто користується новітніми комунікативними технологіями.

Дані всеукраїнського моніторингу свідчать про зменшення обсягу читання насамперед *художньої літератури*. Тижнева аудиторія белетристики скоротилася від 38% у 1994 р. до 24–26% у 2006 і 2008 рр. Дещо зменшується відвідування бібліотек – від 7% у 1994 р. до 4–5% у 2006 і 2008 рр. Суттєво меншою за останнє десятиліття стала частка тих, хто відзначає наявність домашньої бібліотеки (більше 100 книг) – від 31% у 1994 до 20–22% за 1998–2008 рр.

Кількість читачів газет протягом тижня за період 1994–2008 рр. коливалася на рівні 54–67%. І орієнтація на читання газет і журналів останніми роками зменшується: серед переліку бажаних занять на дозвіллі вказане заняття 2003 р. обрали 34% опитуваних, а 2007 р. – 22%. Треба додати, що дещо зменшилася також частка бажаючих переглядати телевізор, що, можливо, пояснюється втому від заполітизованості інформації. Натомість зросло число тих, хто бажав би просто відпочивати, нічого не роблячи (з 30 до 38%), і тих, хто хотів би переглядати фільми (відео, CD, DVD-носії) – з 11 до 20%.

Наявність комп'ютера в домі, користування ним та Інтернетом зростає досить динамічно. Мали комп'ютер 2002 р. близько 5% опитуваних, у 2008 р. – 28%, використовували комп'ютер протягом тижня 5% і 18% відповідно, користувались Інтернетом протягом останнього місяця 3% в 2002 р. і 14% в 2008 р. Отже, дані спостережень показують, що у приватному взірці дозвілля за останні 16 років дійсно відбулися зрушення, і заняття, які пов'язані із застосуванням новітніх приладів, комунікативних технологій для споживання інформації, стають все більш популярними, особливо серед респондентів молодшого віку. Разом з тим скорочується обсяг практик читання, пов'язаних із традиційними – паперовими носіями.

Перешкоди бажаному проведенню дозвілля

Серед основних перешкод, які заважають повноцінно відпочивати і розважатися, опитувані у 2007 р. назвали передовсім фінансові труднощі (67%), нестачу вільного часу (49%) і стан здоров'я (20%). Якщо перші дві завади є актуальнішими для респондентів молодшого і середнього віку, то третя – для групи людей похилого віку.

За результатами опитування громадської думки в Україні («Омнібус-2009») Інституту соціології, фінансово-економічна криза катастрофічно вплинула на становище 18% опитуваних, досить відчутно, але не катастрофічно, – 62%, торкнулася лише трохи – 16%, і практично не торкнулася – тільки 4% респондентів.

Аналіз даних щодо обсягу культурно-дозвіллевих практик різних за матеріальним становищем соціальних груп показує, що частка тих, хто не бере участь у тих чи інших видах занять, зростає відповідно до зниження рівня доходу. Серед бідніших категорій населення з доходом нижче чи наближеним до прожиткового мінімуму до занять у вільний час не входять активні дозвіллеві практики – заняття спортом (95–96%), відпочинок на природі (80–83%), прогулянки, риболовля (88%), а також споживання культурних продуктів – читання книг (85–88%), прослуховування музики (82–95%). Доступним для бідніших категорій населення є, в основному, перегляд телепередач, прослуховування радіо. Цей варіант занять на дозвіллі вказали 86–88% опитаних.

Отже, не треба забувати, що в цілому дозвілля значних мас населення є збідненим доволі штучно. Людина, поставлена в умови виживання, не може дозволити собі зайвий раз посидіти на дивані – почитати книжку ще й тому, що не має вільного часу, змушена працювати додатково або шукати роботу. Інша причина не-читання – немає грошей, щоб купити потрібну книжку, передплатити цікавий журнал. Навряд чи пенсіонери /молоді сім'ї, наприклад, можуть дозволити собі передплатити за 300 грн. на рік журнал «Вокруг света», хоча багато хто з них із задоволенням його б читав.

Одним із напрямів культурної політики в умовах фінансово-економічної кризи мають бути заходи, які б враховували посилення матеріальної диференціації в суспільстві. Соціально незахищені групи (молодь, пенсіонери, безробітні, багатодітні сім'ї тощо) потребують створення додаткових інституційних можливостей для участі в культурно-дозвіллевих практиках, доступу до сучасних джерел інформації. Згорання мережі доступної культурно-дозвіллевої інфраструктури (бібліотеки, студії, гуртки за інтересами тощо), підвищення цін на заходи в закладах культури і дозвілля, в мережах надання інформаційно-комунікативних послуг спричиняють культурну поляризацію суспільства, посилення в ньому рівня напруги.

Вплив інформатизації та комп'ютеризації на практики читання

Сучасні процеси інформатизації та комп'ютеризації всіх сфер життя, поява цифрових носіїв друкованого слова, нові можливості організації й сприйняття текстів та доступу до них змінюють способи читання, а можливо, – і способи мислення. За даними 2007 р., 13% респондентів, які користуються комп'ютером, часто читають за його допомогою тексти (книжки, енциклопедії). Серед користувачів Інтернету у 2009 р. 46% знаходили за його допомогою відомості стосовно своїх зацікавлень (автомобілі, кулінарія, спорт тощо),

43% – інформацію для навчання/підвищення кваліфікації, 9% – читали художні книжки, поповнювали ними свою електронну бібліотеку.

Пошук необхідних фрагментів тексту, їхнє вирізнення, порівняння і т. ін. на екрані, в цифровому вигляді радикально відрізняються від користування друкованим текстом. Психологи відзначають, зокрема, недостатню дослідженість такого феномену, як побіжний і швидкий перегляд текстів, оперативний відбір потрібних текстів із великих їхніх масивів, читання і розуміння відібраного таким чином матеріалу [2]. Саме так відбувається опрацювання текстів в Інтернеті, аудиторія якого в розвинених країнах сягає 50–70% (в Україні, за даними «Омнібусу–2009», – 25%).

Українське суспільство знаходиться на початкових етапах комп'ютеризації та інформатизації. Недостатні темпи впровадження цифрових технологій у різні сфери суспільного життя, низький економічний рівень населення, поляризація за лінією «велике місто – місто – село» – все це призводить до незначного обсягу регулярної Інтернет-аудиторії, а також відтворення в її структурі чітких вертикальних диференціацій за віком, матеріальним становищем, рівнем освіти, типом поселення. Серед інших причин, які перешкоджають поширенню комп'ютеризації, можна назвати відсутність спеціальних технічних навичок користування комп'ютером та Інтернетом серед потенційної аудиторії.

Тим не менше кількість користувачів Інтернету в країні зростає досить динамічно і виникає ситуація, коли одні групи населення (обсяг яких збільшується) систематично залучені до використання передових цифрових технологій та отримують із цього певні вигоди/привілеї у вигляді різноманітної й менш заангажованої інформації, економії часу і т. ін., а інші групи відсторонені від цих можливостей фізично або інтелектуально. Така ситуація актуалізує проблему цифрової нерівності в українському соціумі, зокрема, державної підтримки доступу до цифрової інформації соціально незахищених груп населення.

Треба підкреслити, що Інтернет – це складний мультимедійний засіб і може мати різний сенс для тих чи інших людей. На індивідуальному рівні відбувається вибір пріоритетних Інтернет-практик, який залежить не лише від віку, гендера, рівня освіти, а й від сформованих орієнтацій, смаків, зацікавлень, соціального оточення та життєвого стилю. Так, одні користувачі Мережі задовольняються її розважальними функціями, інші – використовують для підвищення кваліфікації, саморозвитку, самовираження, участі в культурі.

Реалії інформаційного суспільства першою чергою входять у професійну практику і побут представників середнього класу – фахівців технічного та гуманітарного профілю, менеджерів, службовців тощо. За даними «Омнібусу–2007», серед учнів/студентів/курсантів/аспірантів користуються Інтернетом 63%; серед політиків, керівників/службовців держапарату, керівників підприємств, установ – 50%; серед спеціалістів технічного профілю (з вищою або середньою спеціальною освітою) – 41%; серед зайнятих дрібним

бізнесом, індивідуальним підприємництвом – 33%; з-поміж спеціалістів у галузі науки, культури, охорони здоров'я, освіти, дошкільного виховання (з вищою або середньою спеціальною освітою) – 25%. Звісно, що цей показник нижчий серед домогосподарок (14%), кваліфікованих робітників (12%), безробітних або осіб без постійного місця роботи (11%), пенсіонерів, які не працюють (3%).

Орієнтація на навчання, підвищення кваліфікації є важливим чинником включеності в Інтернет-практики. Так, серед студентів вищих навчальних закладів або коледжів частка користувачів Інтернету становить 59%; серед тих, хто самостійно вивчає спеціальну літературу за фахом, – 45%; з-поміж тих, хто не навчається, але планує, – 20%.

Результати досліджень показують, що вибір тих чи інших можливостей під час користування Мережею залежить від рівня культурного капіталу (П. Бурдьє), в тому числі такого його різновиду, як технокапітал [3]. Одним із індикаторів культурного капіталу є рівень освіти. Користувачів із різним рівнем освіти цікавлять, як правило, різні можливості, які надає Інтернет. Наприклад, користувачі з вищим рівнем освіти частіше шукають інформацію, потрібну для виконання професійних обов'язків (56% і 44% – серед загалу користувачів), цікавляться останніми новинами, поточною інформацією (63% і 48% відповідно). Користувачі із загальною середньою освітою частіше використовують Мережу для спілкування – в чатах, ICQ; більше цікавляться комп'ютерними іграми.

У цілому ж значна частина Інтернет-практик української аудиторії здійснюється з прагматичними цілями: пошук інформації для освіти, підвищення кваліфікації, виконання професійних обов'язків тощо. Важливим є й споживання культурних і розважальних товарів та послуг (ігри, музика, фільми, книги, радіопередачі тощо). Разом з тим зростає частка користувачів, які використовують Інтернет для працевлаштування, взаємодії з органами влади, одержання он-лайн консультацій спеціалістів, дистанційної освіти.

Отже, цифрові технології самі по собі сприяють демократизації доступу до інформації, надають можливості для самостійного пошуку, вибору різноманітних джерел культурної продукції. Прищеплення гарного смаку до вибору тих чи інших продуктів також починає відбуватися не лише за допомогою традиційних інститутів соціалізації – сім'ї, школи, мас-медіа, а й у колах віртуальних спільнот, де відбувається обговорення книг, фільмів, а часто й продуктів власної творчості. Користування Інтернетом радше не заступає традиційні практики читання для тих груп, які мають смак до інформації та її пошуку, а співіснує з ними. Тож практики читання не відходять у минуле, а стають численнішими, модифікуються в новій ситуації надміру інформації, інтенсифікації її обігу і динамічності життя в цілому.

Зміст читання: спеціальна література

Тижнева аудиторія фахової літератури, за даними 2002–2008 рр., становила 8–9%. Протягом року спеціальну (нехудожню) літературу не читали 36%

опитуваних у 2007 р. (1999 р. – 43%), тобто частка читачів навіть збільшилася. Серед жінок зацікавленість вища (69%), порівняно із чоловіками (58%). Значні відмінності спостерігаються й за віком: у старшій віковій групі не читає кожний другий, у молодшій – до 30 років – кожний четвертий. Із зростанням освітнього рівня зменшується частка не-читачів спеціальної літератури: від 60% серед респондентів з початковою/неповною середньою освітою і 47% – із загальною середньою до 23% і 15% серед бакалаврів і магістрів відповідно.

В цілому активніше читають не-белетристику опитувані молодшого та середнього віку, мешканці великих міст, жінки, більш освічені. За видами і жанрами літератури теж простежуються певні залежності, пов'язані із соціальним статусом. За рахунок жіночих уподобань найпопулярнішими видами спеціальної літератури є медична (25% за вибіркою і 32% серед жінок), кулінарія, рукоділля і т. д. (21 і 32%), гороскопи, сонники, астрологічні прогнози (19 і 25%), видання про догляд за хатніми тваринами, квітами (11 і 15% відповідно). Література щодо ремонту житла, догляду за садом, городом однаковою мірою цікавить жінок (15%) і чоловіків (17%). Отже, сімейні, домашні турботи, зміцнення здоров'я, підказки щодо прийняття повсякденних рішень – це найактуальніша проблематика, яка практично однаковою мірою цікавить усіх читачів, незалежно від рівня освіти і віку.

Інший різновид літератури, який має свою усталену читачку аудиторію, – навчальна/фахова література. Насамперед її вивчають, звісно, молоді люди (29%) порівняно із загалом (16%), особи з вищим освітнім рівнем (серед бакалаврів і магістрів – 26–28%), студенти ВНЗ (50%). Навчання на курсах із підвищення кваліфікації для отримання нової спеціальності сприяє зростанню зацікавленості у фаховій літературі до 44%.

Такий тип читання звичайно називають *прагматичним*, і вважається, що саме він сьогодні переважає у читанні. Але, як бачимо, це читання – для специфічної аудиторії, котра, насамперед, навчається в інституційній формі або самостійно.

Студенти набагато частіше цікавляться книжками про комп'ютери, комп'ютерні програми (24%), літературою із психології, сексології (25%), з вивчення іноземної мови (17%). Спеціалізована література з певних галузей знань, мистецтва, науки, техніки має своє коло прихильників. Споживання такої інформації пов'язано з оволодінням професією, підвищенням кваліфікації, культурно-дозвілєвими уподобаннями. Часто подібні зацікавлення підтримуються цифровими технологіями. Серед користувачів Інтернету, котрі застосовують його для пошуку інформації на теми, що їх цікавлять, частка читачів енциклопедій, словників становить 30%, навчальної, фахової літератури – 50%, літератури з питань економіки, бізнесу – 20%, юридичної, правової – 21%, з вивчення іноземної мови – 15%, про комп'ютери – 33%, про країни і міста світу – 13%, технічного профілю – 15%, гуманітарного профілю – 12%, про мистецтво – 7% тощо. Бачимо, що за умови сформованих орієнтацій на читання певного виду літератури, комп'ютерні, Інтернет-технології не заважають, а підтримують їх своїми засобами.

Читання художньої літератури

Художні книги щотижня читає кожен четвертий із респондентів. За даними 2009 р., не зверталися до цих видань 42% опитуваних, 45% – серед чоловіків і 39% – з-поміж жінок. Серед респондентів старших за 55 років ця частка становила 59%.

Найбільшою популярністю користуються серед опитуваних різної статі і віку т. зв. "формульні жанри" – детективи (25%), історичні романи (18%), романи про кохання (14%). Інтерес до детективів дещо стабілізувався порівняно з даними 1999 р., коли чисельність прихильників цього жанру становила 36%. Гендерні відмінності спостерігаються у випадку романів про кохання, які частіше читають жінки (22%). Також популярною є гумористична література (10%), особливо з-поміж учнів, студентів. Серед молоді популярніша фантастика (9%), а також фентезі, готика (6%).

Інші види і жанри художньої літератури (зарубіжна/російська, українська класика, поезія, автобіографії/мемуари, публіцистика) мають меншу аудиторію. В цих випадках значення має освітній, культурний капітал. Так, серед магістрів приблизно вдвічі за загальніше прихильників мемуарів, поезії, російської, зарубіжної, української класики.

Отже, читання зостається поширеною культурною практикою українського населення. Зменшення обсягу читання художньої літератури пояснюється різними чинниками, зокрема, збільшенням діапазону дозвілєвих занять, відходом у минуле моделі читання, коли спілкування з книгою пов'язувалося з особливою духовністю, «культурністю». Читання белетристики виконує й інші важливі функції – компенсації, розваги, відпочинку. Відбувається природний процес специфікації читачьких аудиторій. Можна вирізнити активних і різнобічних читачів, які технологічно обізнані, вміло відшуковують потрібні тексти в Інтернеті, в разі необхідності – замовляють їх у друкованому вигляді через Інтернет-книгарні, користуються різноманітними носіями інформації, як у друкованому, так і в аудіо-, цифровому вигляді. Є читачі-бібліофіли, читачі-фани (певного автора, циклу, жанру), читачі-прагматисти, які читають переважно фахову літературу, читачі популярної літератури – певних улюблених жанрів, прихильники експериментальної, авангардної літератури тощо. Конфігурації цих читачьких спільнот/аудиторій й утворюють тканину поля читання в українському суспільстві.

Список використаної літератури

1. Українське суспільство 1992–2009. Динаміка соціальних змін / за ред. Ворони В. М., Шульги М. О. – К.: Ін-т соціології НАН України, 2009.
2. Войсунский А. Е. Интернет – новая область исследований в психологической науке / А. Е. Войсунский // Ученые записки кафедры общей психологии МГУ. Вып. 1. – М.: Смысл, 2002.
3. Скокова Л. Інформаційно-технологічна компетентність як аспект субкультурної диференціації / Л. Скокова // Українське суспільство 1992–2007. Динаміка соціальних змін. – К.: Ін-т соціології НАН України, 2007. – С. 423–434.