

*Ковалец Анастасия Алексеевна  
научный руководитель Уржумова Ольга Михайловна  
Краснодарский государственный университет культуры и искусств,  
Россия, Краснодар*

### **Чтение в России. Как вернуть статус самой читающей нации?**

Еще недавно наша страна – в то время СССР - считалась самой грамотной, образованной, а главное – читающей. Об этом свидетельствует огромное количество опросов и результатов исследований, проведенных мировыми научными центрами [1]. Читали наши соотечественники абсолютно разную литературу: от поэзии до исторических детективов; читали везде, в любую свободную минуту, в поездках, в перерывах между работой, после нее, дома, перед сном, на отдыхе, читали детям, друг другу... И речь здесь ведется не о бульварной одноразовых произведениях, а о настоящей литературе классического образца. Такое времяпровождение считалось не только полезным для развития умственных способностей, смекалки и личнообразующих качеств, но и приносило умиротворение, душевный отдых и то ощущение, которое обычно остается после хорошего, долгого и приятного разговора с умным человеком.

Сейчас нет достоверной информации о том, какая страна на данном этапе существования мировой цивилизации является лидером чтения. Одни источники указывают на Америку, другие – на Индию и Пакистан, что является несомненным парадоксом, учитывая невысокий уровень грамотности населения последних названных.

Люди в России стали меньше читать.

Но в чем же причины столь резкого падения спроса на книгу и неприятие чтения? В результате соцопроса, проведенного Информационным агентством ИА REX в 2012 году выяснилось, что 44 % опрошенных не прочитали ни одной книги за год. Катастрофические данные. И чтобы разобраться во всех причинно – следственных связях последовательно и досконально, следует выделить две области воздействия на интересы наших соотечественников в современной России, а именно внутреннее и внешнее влияние. Первое касается всех книготечений и непосредственных действий правительства и политики министерства образования в нашей стране, а также российских издательств и книготорговых организаций, т.е. внутренняя проблематика. Второе – те умонастроения и массовые движения, которые оказали влияние на нашего читателя со стороны других стран, преимущественно западных.

Сразу же обратимся ко второму аспекту.

В некоторых исследованиях, посвященных проблеме деградации русского языка, встречался термин «экономическая и политическая порабощенность». Появление в русском языке заимствованных слов носит амбивалентный характер: с одной стороны, лексикон обогащается, но с другой – теряет свою уникальность, засоряется, обезображивается в случае,

если поток этих слов слишком велик. Все русскоязычное становится немодным: песни, книги, фильмы. Насаждаются другие культурные, или псевдокультурные ценности, а иногда и вообще искореняются - и заменяются материальными. Развивается тип человека – потребителя, когда из всех потребностей человека удовлетворяются только низшие. И потребности в престиже, которая выражается в стремлении приобрести как можно больше сверхновых приборов и техники единственно для своего «самовыражения». Сейчас Россия находится как раз в том же периоде, который разительно схож с 19 веком, временем, когда на французском языке говорили даже крестьяне. Русский язык в письменном виде практически не использовался. Все переписки, поздравления, открытки, дневники и даже важные государственные бумаги составлялись исключительно на французском. Сейчас ситуация, видимо, хуже, вследствие того, что данный процесс длится уже долго, а спад интереса к западной культуре не наблюдается. Можно привести в пример рекламные вывески и объявления: английский язык в приоритете.

Явление замещения западными образцами культуры своей собственной называется вестернизацией. Был придуман и другой термин, не менее ёмкий в своем полнообразном значении: еврость [2]. Граждане страны не хотят больше читать неактуальную русскую классику. Их выбор – низкопробные эротические романы в стиле «50-ти оттенков..» или сладкие истории о вампирах. Вот вам и высшая форма развития личности. Мы отмечаем Хэллоуин и день Святого Валентина, смотрим неадекватные американские сериалы и активно посещаем МакДональдсы. В таком образе жизни совершенно нет времени на изучение и следование своим исконным традициям и на воспитание любви к национальному искусству.

Одним из примеров того, как запад может повлиять на нашу культуру и общее развитие страны, является план Даллеса [3], миссия которого - морально уничтожить Россию, изменив ее сущность, убив малейшую попытку на мысль и просвещение. Каким образом? Посредством растления молодого поколения, привития псевдоценностей, снижения потребности в духовной жизни. После такой национальной деградации подчинить страну полностью своей воле будет невероятно легко. Вся суть плана укладывается в цитату из произведения «Бесы» Фёдора Достоевского: «мы пустим пьянство, сплетни, донос; мы пустим неслыханный разврат...мы пустим смуту... не надо образования... одно или два поколения разврата теперь необходимо; разврата неслыханного, подленького, когда человек обращается в гадкую, трусливую, жестокую, себялюбивую мразь...» [4].

К столь же пагубному воздействию можно отнести и массовый поверхностный интерес к восточной практике, например, к фен-шую, которое носит аберрационный характер и, по сути, стал только средством зарабатывания денег. Естественно, время на чтение книг не остается: нужно же успеть овладеть навыками геомантии прежде, чем это сделают знакомые.

Проникновение и закрепление иностранных веяний обычно положительно сказывается на развитии страны, которая это внедряет и

распространяет. Та же культура, которая бездумно и неумолимо поддается на такое влияние — деградирует.

Теперь разберемся во внутренних причинах обезкультуривания русского народа. Ведь, прежде чем направлять стрелки в сторону заграницы, необходимо разобраться со своими собственными недочетами. Не касаясь основных тем политики, реформ образования, все же нужно подчеркнуть, что целенаправленная пропаганда культурных традиций и сохранения уникальности родного языка отсутствует. Так же, как и эффективная социальная реклама. Мы стремимся занимать лидирующие позиции в мире, поднимать качество жизни, и зачастую в этой гонке за первенство такие направления, как культурное просвещение народа, отходит на задний план. Плюс ко всему – финансирование этой сферы происходит по остаточному принципу.

Остро стоит вопрос развития региональных центров, а именно Краснодарского центра по поддержке и развитию чтения. Книжный бизнес имеет четко централизованную направленность. Например, в Белоглинском районе Краснодарского края с населением около 31 тысячи человек (по данным 2013 года) нет ни одного книжного магазина [5].

Существует острый недостаток инициативных, талантливых людей, которые могли бы поднять решение проблемы на новый уровень. Искусство стало средством добывания денег, образование – уже не таким доступным, а цены на посещение храмов искусства, простые поездки по внутри страны, на сами произведения искусства – несоизмеримо высокими. Такой диссонанс продолжается уже долгое время, и это не могло не сказаться на сознании людей. Им стало некогда проводить время с книжкой по вечерам – в погоне за прибылью и лучшей жизнью такие радости жизни предаются забвению.

Принимая во внимания все аспекты влияния, прибавим в совокупности еще несколько факторов риска, а именно: сильнейшее давление на людей через рекламу и телевидение, механизмы манипулирования которых с каждым годом становятся все более изощренными. Известные бренды, соблазнительные лозунги воздействуют на все органы чувств человека, заставляя работать на себя. Появляется желание приобрести все и сразу. Где же взять время на самообразование и тем более чтение? Прибавим к этому зависимость от соцсетей, которой уже посвящены многие научные труды и монограммы.

Чем это грозит? Постепенным ухудшением ситуации в стране, невозможностью развития, возможно, ассимиляцией. Престиж России опустится, влияние покачнется. Падает уровень культуры – пропадает потребность в чтении – и люди перестают брать книги в руки – и, соответственно, ухудшается качество образования – просвещение сходит на нет – уровень культуры падает. Такой вот замкнутый круг. Есть ли отсюда выход?

Все минусы можно превратить в нечто им противоположное, а отрицательное влияние – обратить себе на пользу. Нужен только правильный подход и заинтересованность людей в проблеме, желание исправить

ситуацию, стать лучше, начитанней, просвещеннее. Осознать, насколько важно прекратить процесс деградации. Мы предлагаем несколько поворотных моментов, которые в действительности помогут определиться с дальнейшей политикой в области поддержки чтения и общего образования российских граждан.

Во-первых, при полноценной поддержке нашего государства и министерств необходимо привить интерес к собственной культуре, традициям, праздникам. Празднование дня семьи, любви и верности как замена дню Валентина и Дня России вместо 4 июля – это прекрасная альтернатива и успешные проекты государства. Необходимо дальше развивать это направление. Отмечать литературные даты – громко, красиво, познавательно. Привлекать учебные заведения, библиотеки, музеи. Работать сообща и создавать качественно новый вид культурного сотрудничества.

С легкостью можно превратить социальные сети и интернет в эффективный рычаг влияния, создавая сайты, посвященные образованию, поиску новой информации, расширять электронные библиотеки. Появление групп и страниц в Контакте и на Фейсбуке с завлекающими темами, литературными новостями, красиво оформленные, в музыкальном сопровождении – отличный способ привлечь молодежь, отвести от остальной малополезной и засоряющей информации. В качестве примера можно привести группы и интересные страницы в Контакте, такие как ЛитОрг [6] или Почитай-ка [7]. Главная задача: быть с ними на одной волне, понять их желание и немного дифференцироваться, влюбить в классическую литературу, предлагая выборку самых живых, красивых, цепляющих фраз, цитат, отрывков, рецензий и отзывов о произведениях великих писателей и поэтов.

Обратить внимания на периферийные районы, дать импульс развитию региональных центров чтения.

Поддерживать новые движения – буккроссинг, буктрейлеры путем пропаганды на федеральном уровне и медийной социальной рекламы. Делать книгу модной, продвигать его, пиарить, делая акценты на качественных по содержанию печатных изданиях.

Необходимо устранить индифферентность молодого поколения, увеличить их социальную и образовательную увлеченность, показать, что один из самых верных способов стать успешным – образование, саморазвитие и чтение.

Возрождение любви к чтению – нелегкий и долговременный процесс. И только при полном взаимодействии государства, библиотек, образовательных учреждений, книготорговых и издательских предприятий только при проведении правильной, комплексной политики, эффективной демотивации, опираясь на синтез лучшего национального опыта в этой сфере, повсеместной социальной рекламы, задействовании важных рычагов влияния, защиты от негативного давления со стороны возможно добиться успеха и желаемого результата, а именно возвращения России статуса самой читающей и грамотной нации.

Список литературы и источников:

1. Международная ассоциация чтения (IRA - International Reading Association), Русская Ассоциация Чтения (РАЧ)
2. <http://iangorboun.ru/articles/evrost.html>
3. <http://www.biopole.ru/node/856>
4. Достоевский, Ф.М. Бесы [Роман]/ Ф.М. Достоевский. - Спб.: Типография К. Замысловского, 1873. - с. 80.
5. <http://www.belaya-glina.ru/>
6. <http://vk.com/litorg>
7. <http://vk.com/pochitaika>