

На початку березня 1928 р. Дмитро Паліїв був обраний послом до сейму у Варшаві від Станіславівського повіту 53 виборчої округи, що включала місцевості Товмач, Богородчани, Надвірну, Коломию, Городенку, Снятин, Косів, Печеніжин. Паліїв від Заграничної комісії в сеймі належав до Українсько-Білоруського сеймового клубу, до Українського парламентарного представництва. Від листопада 1928 р. виступав як член Українського клубу...

Після досягнення поставленої мети тижневик «Вісти Покуття» як друкований орган агітаційного характеру став непотрібний, тож припинив своє існування.

1. Арешти в станіславівському окрузі // Вісти Покуття. — 1928. — Ч. 6. — 2 бер. — С. 1. 2. Вісти Покуття : єдиносвідка. — 1928. — 28 січ. — С. 1. 3. Вісти Покуття. — 1928. — Ч. 4-7. — С. 1. 4. Вісти Покуття. — 1928. — Ч. 4. — 15 лют. — С. 1. 5. Там само. 6. Вісти Покуття. — 1928. — Ч. 5. — 22 лют. — С. 1. 7. Паліїв Д. За ким? / Д. Паліїв // Вісти Покуття. — 1928. — Ч. 4. — 15 лют. — С. 1. 8. Там само. — С. 2. 9. Паліїв Д. За честь народу / Д. Паліїв // Вісти Покуття. — 1928. — Ч. 5. — 22 лют. — С. 2. 10. Паліїв Д. Змийте ганьбу / Д. Паліїв // Вісти Покуття. — 1928. — Ч. 7. — 9 бер. — С. 1. 11. Швагуляк М. Національно-політична діяльність Дмитра Палієва у міжвоєнний період / М. Швагуляк // Дмитро Паліїв. Життя і діяльність (1896–1944) : зб. пр. і мат. — Львів, 2007. — С. 448.

### **«ВИСТИ ПОКУТТЯ» КАК ПРЕДВЫБОРНАЯ ТРИБУНА ДЛЯ ДМИТРИЯ ПАЛИИВА**

*Характеризується єженедельник «Висти Покуття» як пример предвыборной агитации населения определенного региона.*

### **«WHISTS OF POKUTTYA» AS PRE-ELECTION TRIBUNE ARE FOR DMYTRO PALIIVA**

*A weekly «Whists of Pokuttya» is characterized as an example of pre-election agitation of population of certain region*

*Стаття надійшла 11.11.2011*

УДК 655.4/5

**В. І. Теремко**

*Інститут журналістики Київського національного університету  
ім. Тараса Шевченка*

### **КОНТЕКСТУАЛЬНІСТЬ ВИДАВНИЧОГО ВИМІРУ ЧИТАННЯ**

*Аналізуються сучасні тенденції у сфері читання і чинники, що їх зумовлюють.*

**Читання, електронне читання, книга, читацька культура, видавнича індустрія**

Деградація друкованої книжності, тиск на книгу нових медіа, втрата читанням позицій у структурі медіа-споживання, переселення читачів у

цифровий світ і зумовлене цим глобальне переструктурування видавничої справи — тенденція перших десятиліть ХХ століття. Ще одна її грань — збайдужіння до книги тих, хто недавно був активним читачем, неохочість до неї молоді, яка з багатьох причин так і не пізнала книжного читання. Одні знаходять усе необхідне для себе на екрані телевізора, інші — в Інтернеті. Оптимісти трактують ці процеси як закономірний результат цивілізаційного розвитку, соціальними витворами якого є трансформація читання і новий тип читача. Песимісти вбачають у них симптоми культурного занепаду. На погляд експертів, «зниження інтересу до читання і заміна Інтернетом часу, який раніше людина проводила з книгою, причому як для розваг, так і для отримання корисної інформації» [4, с. 11] — основна причина ускладнень у видавничій сфері. Їх драматизм ілюструють і дослідницькі дані: майже в кожній країні до 40% дорослого населення не читає книг; щороку кількість читачів зменшується на 2%; активну аудиторію книги формують 35–40% населення; 28% осіб, які вважають себе читачами, надають перевагу електронному контенту.

Ці зміни стурбували центри політики і державної влади. Чи не першими звернули на них увагу в США: у 1984 р. президент Р. Рейган заявив про ризик формування в країні «нації глядачів». Відтоді підтримку читання і книжності там вважають важливою справою, однак принципово переформатувати тенденцію не вдалося. У 2004 р. Американський фонд культури оприлюднив статистичні дані: за десятиліття (1992–2002 рр.) кількість читачів книг скоротилася з 54% до 47%; найменше їх серед 18–24-літніх осіб (38%); близько 20 млн американців не читають книг.

Не краща ситуація і в Британії. За даними дослідницької компанії Book Marketing Ltd (2005 р.), кожен третій опитаний британець не придбав упродовж року жодної книги. Додали тривоги і недавні опитування: 20% дітей майже не читають книг; прояви їх читацької неграмотності фіксують на рівні 76%; відсутність навичок читання і письма — 10% [1, с. 14].

Про негативні тенденції ведуть мову і в Росії: у 2004 р. Всеросійський центр громадської думки інформував, що нечитачами там є 40% дорослого населення, за останніми даними — 46%; книгарні недолічують щороку по 8% клієнтів [11, с. 10]. З тенденціями у галузі читання найбільше пов'язують теперішній обвал ринку друкованої книги і ймовірне щорічне скорочення приблизно на 5–10% [7, с. 19].

Дослідження трансформації культурних практик та споживання культурних товарів і послуг у сучасному українському суспільстві (1994–2009 рр.) виявили, що лише 39% опитаних назвали серед постійних занять читання. Конкретизували цю картину результати проекту «Дослідження книжкового ринку», структурно вписаного в «Український книжковий проект» (2006–2008 рр.): майже кожен другий респондент стверджував, що не купує книг через відсутність потреби в них [15]. За даними Інституту соціології НАН України (2009 р.), 41,6% опитаних громадян протягом останніх 12 місяців не читали художньої літератури. А ті, що читали, надавали перевагу детективам

(25%), історичній прозі (18,1%), романам про кохання (13,7%), гумористичній літературі, коміксам (10,1%). У вільний час читають переважно детективи (16,7%), класичну літературу (13,1%); з рекреаційною, розважальною метою читає 42,5%, задля отримання нової інформації (32,4%), естетичного задоволення — 28,5% [17, с. 532–534].

Сучасна соціокультурна практика багатьма реаліями засвідчує втрату книгою позицій в ієрархії цінностей, читанням — у системі форм культурної участі, а також руйнацію читацької культури як сукупності прийомів, способів роботи з текстом, якості сприймання і розуміння прочитаного, послуговування здобутою інформацією в життєвих ситуаціях. Обмеження читацької практики знижує рівень читацької грамотності — здатності розуміти писемні тексти, розмірковувати над ними. Про її показники в Україні можна судити хіба що гіпотетично, оскільки власних досліджень не було, а Міжнародна програма з оцінювання якості освітніх досягнень учнів (PISA) у перелік об'єктів дослідження її не включила. Із 65 досліджених країн пострадянські посідають такі місця: Естонія — 13, Латвія — 30, Литва — 40, Росія — 43, Казахстан — 59, Азербайджан — 64, Киргизія — 65. Наші сусіди: Польща — 16, Угорщина — 26, Чехія — 34, Румунія — 49 [18]. Закономірними результатами збайдужіння людей до книги є поширення нечитання, вторинна (функціональна) неграмотність, симптоматика яких — втрата навичок читання і письма, неспроможність повноцінно сприймати нескладний текст, нездатність на основі якісного сприймання інформації «справлятися з відповідальністю повсякденного життя» [15].

В Україні додалися труднощі, спричинені соціально-економічною трансформацією суспільства, що похитнуло донедавна стійкі життєві основи, систему ціннісних орієнтирів, розуміння власних можливостей і ціни соціальних результатів. Під контекстотвірним тиском нових суспільних обставин іншими стали читач як соціокультурний тип і його читацькі практики, втратили недавню значущість загальнокультурний, естетичний фактори читання. Зумовлене квазікапіталістичними відносинами розуміння часу, життєвих можливостей і ризиків наворотило активних представників соціуму до книжки передусім із прагматичних міркувань. Структуру їх читання визначали ділові мотиви, вони частіше обирали лаконічні і доступні для сприймання тексти. Багатьом таке читання допомагало змінити себе і вписатися в нові суспільні реалії. Видавниче співтовариство відреагувало на це відповідними книжковими пропозиціями.

Не лише цивілізаційні процеси, агресія нових медіа, застосування ними витончених прийомів підключення і переключення масової уваги змінили ставлення людей до книг та читання. Негативно позначилися на них галузевий егоїзм, непомірна меркантилізація видавничої сфери — домінування економічної вигоди над ціннісними питаннями, витіснення на маргіналії ключових для фахово самовимогливої діяльності критеріїв. За таких обставин спрацьовував закон взаємопородженості попиту і пропозиції, коли

невибагливість видавця стимулювала невибагливість читача. Не менш результативно діяв він і у зворотному напрямі. Визнають це й представники книжного співтовариства: «Виросло покоління людей, які не бачать у книзі нічого, крім банального фікшену і розваг» [4, с. 11].

Сформована на догоду невибагливому читачеві імітаційна багатоманітність видавничої пропозиції неспроможна закамуювати якісну одноманітність книжкового ринку. Вбивають інтерес до читання примітивні пропозиції видавництва, домінування у пропаганді літератури людей, які «мають стосунок винятково до бульварного читива» [6, с. 13]. Усе це нав'язує думку про читання як про винятково легку забаву, що не потребує інтелектуальних, емоційних і духовних зусиль, відвертає увагу від його фундаментальних ціннісних основ. Наслідок такої практики — погляд на читання як на банальне, профанне заняття, ослаблення його аксіологічних і акмеологічних інтенцій. Для такої антропологічної платформи читання як осягнення сакралізованого простору слова і думки втрачає значущість. На першому місці — доступ до інформації і розвага.

Розвиток розважальної сфери, можливість здобути інформацію різними способами і з різних джерел посилюють труднощі, які переживає на сучасному етапі друкована книжність. Про історичну їх зумовленість свідчить хоча б те, що від часів Й. Гутенберга і донедавна книжність та читання принципових змін не знали. Соціокультурний дискомфорт, який вони переживають, прийшов з електронними технологіями і засобами. У цьому вбачають основну причину девальвації ідеї книги, втрати нею статусу найважливішого інструменту передавання культурних цінностей, недовизнання її як смислотвірного чинника індивідуального і суспільного буття. Від цих явищ походить і девальвація ідеї читання як інтелектуально-духовної практики, життєвої стратегії та однієї з найзмістовніших форм дозвілля. Далі ймовірно: інтелектуальний занепад, виродження гуманістичних цінностей, нестримність меркантильних інстинктів і гедоністичних пристрастей.

На експертному рівні домінує думка, що негативні тенденції у сфері читання передусім «походять із глибини суспільної свідомості, психології і способу життя» [8, с. 16]. Посилюються вони компетентнісною розгубленістю перед новими викликами агентів книжності і відповідальних за гуманітарну політику інституцій, відсутністю обґрунтованої концептуальної платформи, на якій могли б формуватися новітні мотивації до взаємодії людини з книгою. Отож до переліку загальних причин негативних явищ у сфері книжності та читання додаються і функціонально зумовлені (дисфункціональні): недостатнє усвідомлення гостроти і глибини проблеми в політичних, інтелектуальних, професійних колах; зменшення кількості кваліфікованих читачів; збідніння літературних смаків; орієнтація багатьох видавців на літературу зниженої інформаційної цінності; занепад традицій сімейного читання; переконаність, що Інтернет спроможний замінити книгу; відсутність цілісної, інтелектуально обґрунтованої, організаційно, інформаційно, кадрово, технологічно, фінансово

забезпеченої політики [10, с. 61]. Стурбованість цим підводить до висновку про першочерговість захисту, навіть порятунку книжності, видавничого ринку, які полягають в усвідомленні суспільством «необхідності і потреби читання», відновлення його позицій як «найголовнішого інтелектуального заняття» [2, с. 65].

Найкоректніше вести мову про все, що стосується читання і книжності, на рівні тенденцій, визнаючи певну приблизність статистичних, соціологічних цифр. Адже вичерпної інформації, яка б кількісно, структурно-динамічно характеризувала їх, немає в жодній країні. Поки що розокремлено розглядає цю проблему гуманітарна наука, зупиняючись на деяких її сегментах. Цілісного погляду на неї ще не запропоновано. Недостатньо досліджений і її видавничий вимір. Публікацій, щоправда, немало, однак вони здебільшого сфокусовані на книгознавчо-бібліотечних аспектах, про соціопсихологічні глибини цього явища мало хто по-справжньому розмірковував.

Серед вітчизняних напрацювань вирізняється зосередженістю на ключових питаннях і не позбавлений дискусійної провокативності погляд на формування читача в ринковому середовищі, який запропонував А. Судин. Немало його міркувань («Видавці можуть житися тим, що виховано вже в суспільстві, або ж не мати змоги працювати, якщо читача (а відтак і покупця) в країні обмаль») закономірно фіксують на собі схвальну увагу, деякі запрошують до логічної полеміки: «Покупець формується тоді, коли є сформований читач» [14, с. 47]. Першим постає питання: за якими критеріями особу можна вважати «сформованим читачем»? Наступне: до якої категорії зарахувати індивіда, який купує книжку, щоб дитина розглядала її чи вчилася читати? Таких питань може бути більше. Однак доречніше визнати сфокусованість А. Судина на реальній проблемі і загалом небезуспішну спробу прагматично розвиритися непрості її деталі.

Неодноразово зверталися до читання як теоретико-прикладної проблеми автори публікацій науково-практичного журналу «Вісник Книжкової палати» і науково-технічного збірника «Поліграфія і видавнича справа». Однак фрагментарними дослідженнями всієї глибини її не вичерпати. Теоретичний аспект потребує ґрунтовних монографій, прикладний — системних лонгitudних соціологічних досліджень. У цьому контексті варта уваги праця В. Сеньківського, Т. Олянишен, А. Штангрета, О. Мельникова «Читання як проблема вільного часу: за результатами соціолого-статистичних досліджень». Останні тенденції у сфері книжності і читання в ній пояснено соціально-психологічним тиском надлишкової інформації, вроданням у побут телебачення [12, с. 71], яке на межі ХХ–ХХІ ст. заволоділо більшістю вільного часу людини. Масовизація, інтелектуальне збідніння телепрограм проблематизували існування книги, яка потерпає від «технологічно сильної інформації з нульовим змістом» [12, с. 176–177].

Суперництво із телебаченням книга програла, опустившись серед занять у час дозвілля, за різними даними, із другого-третього місця на шосте-сьоме.

Телебачення вторглося у століттями створюваний книжковий світ, зосередило публіку на розважальних, гедоністичних ефектах, ослабило спроможність протистояти їм на основі естетичних переконань. Кількість людей, які вважають його важливішим, ніж книгу, неухильно збільшується. Зупинити і переспрямувати ці тенденції, як не парадоксально, може також телебачення. Однак така практика суперечитиме його бізнес-інтересам: зосередження людей на книзі автоматично скоротить телеаудиторію.

Видавнича індустрія, скопіювавши свого часу телевізійні технології, використовуючи синергетику взаємодії з телеекраном (екранізація творів), досягала немало економічного ефекту (бестселери) і завдала удару по інтенційному складнику читання. У результаті одна категорія читачів не піднімається вище розважальної белетристики, інша — не знаходить у пропозиціях видавництва якісних текстів. Книжне співтовариство (автори, видавці, критики) недооцінило змін у комунікаційній сфері і ризиків уторгнення в традиційний простір книги нових медіа. Можливо, тому що свого часу, попри різні заяви, не стали альтернативою їй театр і кіно, оскільки також потребували особистісної праці, а в радіо не вистачило для цього виражальних засобів. Телебачення комунікаційно сильніше за них. Удари, яких завдали по галактиці Гутенберга Інтернет і електронне читання, виявили інтелектуальну, організаційну іммобільність суб'єктів друкованої культури.

Негативно позначається на книжності та якісних показниках читання і зосередженість інтересів багатьох людей в Інтернеті, який є засобом задоволення читацьких потреб поза видавничою системою. Позавидавниче циркулювання текстів — не вивчений і не осмислений виклик не лише друкованій книжності, видавничій справі, а й культурі читання і, можливо, загальній культурі. Щодо цього в дискусійній площині сходяться дві позиції: 1) перенасиченість Інтернету текстовим примітивом, невибагливий вибір об'єктів для читання загрожують виродженням інтелекту, естетичного смаку, духовною деградацією; 2) Інтернет актуалізує свободу вибору поведінки і діяльності, нічим не загрожуючи культурній справі, а інтернет-читачі пошуково мобільніші, мисленнево розкутіші і не втрачені для традиційного читання. Кожна позиція має свої аргументи, в кожній можна знайти вразливі зони. Однак боротися з реальністю електронної книжності та електронного читання рівноцінно намаганням зупинити час. До речі, у фаховому середовищі вже обговорюється імовірність віртуальних книжкових виставок. Єдиний виклик, на який необхідно знайти гідну відповідь, — якість текстів і можливості доступу до них.

Експерти стверджують, що в США, наприклад, електронному контенту надають перевагу, купуючи загалом по одній книзі щотижня, міські мешканці віком 30–44 роки, які мають постійну роботу. Наступні за активністю — 45–54-річні, 18–29-річні і ті, кому за 55. Серед них кількісно домінують фахівці медійної сфери, науковці; більшість — власники пристроїв для читання, особи, які часто перебувають у відрядженнях. Предмет їхнього інтересу — художня

проза, довідкова, навчальна книги [16, с. 62]. Змінюється на користь жінок гендерна структура електронного читання: її «демографічний патерн... тепер відповідає загальному профілю читача» [20]. Відома й інша інформація: у великих містах читачів електронних книг 10% [19, с. 36]. Щомісяця кожен другий користувач Інтернету витрачає на соціальні мережі по сім годин [13, с. 48]. При цьому навіть мешканці традиційних центрів книжного читання віддають у будні белетристиці в середньому чотири хвилини [15, с. 12]. У цьому деякі експерти вбачають закономірну зміну форм споживання інформації як один із парадоксів інформаційного суспільства, вважаючи, що «необхідно вести мову не про кризу читання, а про формування культури читання», «інформаційну екологію» [19, с. 35]. Певна рація в цих словах є.

Інформації про новітні явища у сфері читання, як і коментарів, не бракує. Щоправда, вона фрагментарна, розрізнена, навіть хаотична, а коментарі — часто надміру тенденційні і формулюються як «наконечники» бізнес-інтересів. Попри те, вони дають розуміння тенденції. Дають і переконаність у доцільності однакової уваги до обох стратегічних основ у сфері книжності і читання — традиційної та інноваційної. Упевнюють і в потребі утримання в полі зору глибинних основ читання — мотивів, інтенцій, практик, досвідів, культури, їх передумов і взаємозалежностей. Крім психології, немало інформації постачає про це і соціологія, зосереджуючи увагу передусім на соціально зумовлених чинниках читання, які потрібно враховувати всім його агентам. Найвпливовіші серед них: демографічні показники (вік, стать, місце проживання, професія), соціально-економічні чинники (матеріальне становище, наявність придатної літератури, соціокультурне середовище). Автори монографії «Читання...» виокремлюють і фактори «соціологічні», зараховуючи до них читацькі традиції, вплив сім'ї та вільний час [12, с. 91]. Щоправда, їх доречніше було б назвати психографічними. На основі синтезу цієї інформації можна дійти висновку, згідно з яким на жанрово-тематичний спектр, видову палітру, обсяг і якість читання найвідчутніше впливають:

а) мотивованість на особистісні досягнення, вертикальну соціальну мобільність, високі життєві стандарти. Необхідні для цього ресурси людина шукає в собі, вірячи в соціальну силу освіти, можливість самореалізації завдяки особистісним компетенціям. Її інтерес до книги стимулює власний і чужий успішний досвід на цьому шляху. У структурі її читання домінують навчальна, наукова, розвивальна, прикладна література;

б) суспільний клімат. Спрямовані на підтримку читання акції, проекти безрезультатні в суспільстві, яке не пов'язує свого сьогодення і майбутнього з гармонійним розвитком особистості, інноваційними процесами. Традиційно зацікавлені в читанні і держави, які обирають шлях модернізації, розвитку на інтелектуально-технологічній основі. За такої політики інформація, знання — важливі продуктивні сили, національне багатство, джерело розвитку економіки, людини і суспільства. Така практика живить віру в їх соціальну силу, зосереджує увагу на питаннях саморозвитку. Відсутність попиту на інтелект, неможливість

вертикальної соціальної міграції за рахунок особистісних якостей до книжки людей не спрямують. Соціальна апатія, зневіра в кращому разі спонукають до самозабуття із «читивом». Щоправда, не кожен за таких обставин робить свій вибір на користь книги. Свого часу М. Рубакін стверджував, що устремління і тривоги суспільства впливають на вибір книг. У сучасному світі вони зумовлюють і вибір інформаційних джерел, способів доступу до них і фундаментальне ставлення до читання як соціокультурного факту. На таку думку наводить і перебування на провідних позиціях за рівнем читацької грамотності інноваційних країн (Південна Корея, Гонконг, Сінгапур, Японія) або країн з усталеною системою цінностей (Фінляндія, Нідерланди, Бельгія, Норвегія);

в) характер зайнятості. Найбільше мотивують до книги здобуття освіти, спеціальності, підвищення кваліфікації. За таких обставин переважає обов'язкове читання, вибір книг детермінують навчальні, фахові інтереси. Читацька активність залежить від особливостей фаху: найдружніші з книгою гуманітарії;

г) соціально-демографічні характеристики. Серед найважливіших із них:

вік. Від нього залежить читацька активність приблизно до 20 років, далі — від рівня освіти, сфери зайнятості, особистісних мотивацій. Любов до читання, як правило, зароджується в дитинстві. На читання дітей впливають ставлення до книги в сім'ї (наявність домашньої бібліотеки, традиції сімейного читання, обговорення прочитаного), освіта батьків, особливо матері. Стійкий потяг до читання формується лише в кожного третього підлітка. У багатьох на цьому етапі життя згасає ще не розвинутий інтерес до читання, поступаючись місцем спілкуванню з друзями, комп'ютерним іграм, позашкільним розвивальним заняттям. «Шкільне» (обов'язкове, програмове, «ділове») читання цю прогалину компенсує недостатньо, оскільки не виростає із власних бажань підлітка, а є обов'язковим, прагматизованим, іноді підпорядкованим спекулятивним цілям. Унаслідок цього «дитина зникає, що книжка слугує за інструмент для виконання завдання /.../, не бачить зв'язку між змістом книги, прочитаної для виконання домашнього завдання, і власними інтересами чи відомими їй людськими проблемами». Таке «псевдочитання /.../ унеможлиблює бажання дитини проводити з книжкою дозвілля» [9, с. 111]. Подолання його є і компетенцією школи, яка, за твердженнями, «не підтримує інтересу до читання... не прививає інтересу до книги й уміння працювати з нею» [12, с. 133]. Серед причин — критична кількість учителів із невисокою читацькою культурою, невмінням сформувати в дітей читацький смак і самоініціативне читання, віру в його соціальну силу, продемонструвати суспільну цінність людини, яка усвідомлено, цілеспрямовано і компетентно читає. Неспроможність педагога допомогти дитині вникнути в текст, сприймати і розуміти його, відчутти прикладний чи естетичний ефект від цього включає в дію «закон провокування навчанням



небажання читати» [3, с. 56]. Активізується читання в студентську пору, а також у зв'язку з досягненням кар'єрних цілей;

рівень освіти. Читання формує освіченість, супроводжує освічених людей, які вважають його статусним чинником, джерелом духовного досвіду, інтелектуального потенціалу, соціальних компетенцій, фахового розвитку. В ієрархії їхніх цінностей книга незмінно на високих позиціях. І на дозвіллі вони читають переважно з освітньо-розвивальною метою. Від освіти залежать обсяг, структура і якість читання. Похідне від неї — професійне (обов'язкове) читання;

гендерна належність. Читацькі навички швидше розвиваються в дівчаток. Вони раніше виробляють індивідуальну культуру читання, менш піддатливі регресивній динаміці читацької активності. І дорослі жінки читають більше за чоловіків, надаючи перевагу текстам, які обіцяють душевні переживання, гендерно специфічний життєвий досвід. Хлопчиків цікавлять тексти про проблеми зовнішнього світу, у яких зображено активні дії і діяльних особистостей, оскільки вони більше зорієнтовані на «зовнішній життєвий дизайн» — операційні, динамічні, недомашні форми самоздійснення. Ця тенденція зберігається і в дорослому віці;

рівень доходів. Збільшення їх до певної межі впливає на обсяги придбання книг і кількість відданого читанню часу (ефект доходу), а потім переорієнтовує на недомашні і не пов'язані із читанням заняття, які потребують немалих коштів. Відволікають від читання матеріальні проблеми, через які немало людей переймається пошуком додаткових заробітків — ефект заміщення [12, с. 66–67]. Із досягненням певної межі соціального благополуччя можливі актуалізація заощаджувальних інтересів, інвестиційні проекти, з чим пов'язані обмеження часу для читання та коштів для придбання книг (ефект заощаджень);

місце проживання. Найбільше читають у столицях (у Москві, наприклад, продається 40% книг російського ринку), а також у наукових, навчальних і культурних центрах, найменше — у сільській місцевості. Активні сільські читачі — учні та вчителі шкіл, студенти-заочники, деякі «унікуми», а також зорієнтовані на міську культуру мешканці.

Дія чинників зовнішнього середовища має фоновий, контекстний характер. Їх сила і смислова наповненість залежать від суспільних умов та індивідуальних прагнень, які в кожному випадку специфічно комбінуються. Сукупність типологічно споріднених індивідуальних ситуацій формує тенденцію, у якій за певних обставин «читання може бути одночасно і розвагою, і засобом отримання нових знань, інформації, і просто відпочинком» [17, с. 28]. Пізнання тенденцій і всього, що їх формує, виводить на узагальнення, які, наражаючись на ризики приблизності та підігнаності суджень, дають корисну експертну інформацію і стратегічні орієнтири для практики. Синтез їх можна звести до таких положень:

1. В епоху тотальної конкуренції фактор відносної монополності у видавничій сфері неспроможний захистити книгу від конкурентної напруги.

Неконкурентні умови для книги і книжного читання — реальність минулих часів.

2. З усіх комунікаційних засобів книга, очевидно, найменш агресивна і найнемобільніша у змаганнях за увагу публіки. Однак вона вивищується над ними своєю сутнісною фундаментальністю, потенціалом довіри, сакральною аурую, екзистенційною енергією. У цьому ключова умова її незнищенності, історичної неминущості, а також цінності книжного читання.

3. Новітні медіа і пов'язані з ними моделі соціокультурної поведінки — неспростовна реальність, від якої неможливо відгородитися, і яка розширюватиме свій ареал. Культурної монополії вони не здобудуть, а сусідитимуть з усіма історично виправданими медіа-продуктами і практиками, серед яких будуть друкована книга і книжне читання.

4. Електронне читання не можна розглядати як альтернативу книжному читанню. Проблема не в тому, який носій інформації людина використовує для читання, а в тому, що, з якою метою і як читає. Головне — культура читання у структурі особистісної культури.

5. Розмови про необхідність підтримання, пропаганди читання і відповідні їм заходи грішать декларативною прямолінійністю, а глибинної сутності проблеми не заторкують і нічого радикально не змінюють. Тим більше, що найчастіше в їх епіцентрі опиняються люди, які читають.

6. Усвідомлене читання — продукт зорієнтованості всієї суспільної системи на інтелектуалізацію, гуманізацію, одухотворення життя, підпорядкування їй внутрішньої практики, формування і мобілізації ресурсів для глобальної конкуренції. За такого розуміння ефективні стимули до читання знаходитимуть дошкільні установи, середня і вища школа, турбуватимуться про читання дітей сім'ї, буде сформовано зрозумілу в країні книжкову політику, знайдуться кошти для бібліотек. На всіх рівнях суспільної організації фігуруватимуть близькі людині XXI ст. ціннісні аргументи на користь читання.

7. Галузевий, цеховий, корпоративний егоїзм має поступитися національному інтересу в гуманітарній сфері. Одна із засад цього — відмова видавництва від бізнес-моделей, видавничих проектів, комунікаційних акцій, які руйнують основи читацького світу.

8. Нація, яка не читає, вироджується культурно, втрачає самодостатність, у неї менше шансів здобути на достойне життя чи обстояти його. Країна, яка не читає, приречена на вторинні ролі в культурному світі. Її остерігатимуться, але ніколи не рахуватимуться з нею, як із рівною. У країні з поруйнованими чи несформованими основами читання не може бути соціальної бази для видавничої справи.

9. Слова про те, що читати модно, престижно, — банальна дріб'язковість. Має запанувати розуміння, що читати — життєво важливо, нечитати — прирікати себе на соціокультурне аутсайдерство, читати будь-що — засмічувати внутрішній світ, відгороджувати себе від життєдайних надбань.

10. У стратегічному сенсі мало бачити першу лінію досягнення результату. Отож читання як факт не може бути основною метою. Справжня мета — гармонійно розвинена, самодостатня, соціально ефективна людина, яка без належної читацької культури сформуватися не зможе.

Відстороненість науки, експертного співтовариства, агентів книжності від ключових проблем у цій сфері, очевидно, є основною причиною того, що навіть у країнах, де впроваджено національні програми підтримки читання (США, Велика Британія, Німеччина, Франція, Фінляндія, Італія, Іспанія, Швеція, Росія, Південна Корея, Сінгапур, Китай, Індія тощо), кількість читачів неухильно скорочується, звужується територія друкованої книжності. Стурбованість цим досягла європейських інституцій, про що свідчать програми «Впіймані на читанні» (спеціальна фотосесія депутатів Європарламенту), «Євросоюз читає». Крім реалізації спеціальних урядових, муніципальних програм, на різноманітні креативні акції розщедрюються громадські організації, творчі об'єднання, гуманітарні фонди і нестандартно мислячі одинаки: відведення на вулицях місць для читання зі специфічними лавочками, полицями книг, освітленням; облаштування безплатних бібліотек на пляжах; дарування новонародженим бібліотечок тощо. В Україні, крім затвердження на урядовому рівні концепції підтримання читання, нічого зроблено не було. Намагання бібліотек, деяких неурядових фондів і їх контрагентів принципово нічого не змінили. Немає системного моніторингу кількісних показників і аналізу глибинних процесів у сфері читання. Відсутні і продумані системні дії. Інтелектуальне забезпечення цієї роботи міг би перебрати Інститут книжності і читання, якби він був заснований і знайшов належну підтримку, як це зроблено в багатьох країнах. Наразі вітчизняна книжкова галузь втрачає базові опорні пункти. За такого перебігу справ маловтішними є і бачаться в перспективі події на стратегічно важливому для неї плацдармі — у сфері читання.

1. 20% детей Британии почти не читает книги // Университетская книга. — 2010. — Декабрь. — С. 14. 2. Воропаев А. Н. Пропаганда чтения на рубеже десятилетий: новые методы — неизменные цели / А. Н. Воропаев // Университетская книга. — 2010. — Декабрь. — С. 65. 3. Гречихин А. А. Социология и психология чтения / А. А. Гречихин. — М. : Москов. гос. ун-т печати, 2007. — 382 с. 4. Куприянов Б. Восстановить коммуникацию между человеком и книгой / Б. Куприянов // Книжная индустрия. — 2011. — № 5. — С. 7–11. 5. Москвичи посвящают чтению художественной литературы 4 минуты в будни // Университетская книга. — 2011. — Июль — Август. — С. 12. 6. Независимое книгораспространение в России // Книжная индустрия. — № 8. — 2010. — С. 6–41. 7. Нечитающие, пираты и нечестные оптовики: какое будущее нас ожидает? // Университетская книга. — 2011. — Октябрь. — С. 19–21. 8. Новое поколение у нас не приучилось читать, а старшее — отвыкло: И это очень опасно / [Беседовала С. Зорина] // Книжная индустрия. — № 9. — 2009. — С. 12–16. 9. Огар Е. Особливості читацької поведінки сучасних підлітків / Е. Огар // Вісник ДНУ. Серія Журналістика. Літературознавство. — 2008. — Вип. 9. — № 1. — С. 109–115. 10. Поддержка чтения: итоги и перспективы // Университетская книга. — 2010. — Декабрь. — С. 60–63. 11. Российский книжный союз собирает подписи в поддержку чтения // Университетская книга. — 2011. — Октябрь. — С. 10. 12. Сеньківський В. М. Читання як проблема вільного часу: за результатами соціологічно-статистичних досліджень / В. М. Сеньківський, Т. В. Олянишен, А. М. Штангрет, О. В. Мельников. — Львів : Укр. акад. друкарства, 2009. — 158 с. 13. Социальные сети как дополнительный

канал комунікації со студентами // Университетская книга. — 2011. — Октябрь. — С. 48–51. 14. Судин А. Ю. Формування читача як суб'єкта книжкового ринку: інтеграція зусиль / А. Ю. Судин // Поліграфія і видавнича справа. — 2011. — № 1. — С. 44–51. 15. Сурков В. В. Підтримка читачької культури як базової складової інформаційної культури [Електронний ресурс] / В. В. Сурков. — Режим доступу : [http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/psmkp/2010\\_12/Surkov.html](http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/psmkp/2010_12/Surkov.html). 16. США: електронні книги в цифрах і фактах // Книжня індустрія. — 2011. — № 2. — С. 62–63. 17. Українське суспільство 1992–2009. Динаміка соціальних змін / за ред. В. Ворони, М. Шульж. — К. : Ін-т соціології НАН України, 2009. — 560 с. 18. Цукерман Г. А. Оценка читательской грамотности. Материалы к обсуждению [Електронний ресурс]. — М., 2010. — 67 с. — Режим доступу : <http://centeroko.ru/public.htm>. 19. Экстремальный переход лодки в книжном море // Университетская книга. — 2011. — Июль—Август. — С. 34–41. 20. Электронное книгоиздание в России: ситуация и перспективы 2011 [Електронний ресурс]. — Webpublishers.ru ; Bookmate. — Режим доступу : <http://www.bookmate.com/books/h5QUZAei>.

### **КОНТЕКСТУАЛЬНОСТЬ ИЗДАТЕЛЬСКОГО ИЗМЕРЕНИЯ ЧТЕНИЯ**

*В статье идет речь о современных тенденциях в сфере чтения и факторах, которые их обуславливают.*

### **KONTEKSTUALNIST OF THE PUBLISHING READING DIMENSION**

*The article deals with modern trends in reading and the factors that cause them.*

*Стаття надійшла 28.09.2011*

УДК 004.942+001.57

**В. М. Сеньківський, І. В. Гілета**

*Українська академія друкарства*

**АЛЬТЕРНАТИВНІ ВАРІАНТИ ВПЛИВУ  
КОМПОЗИЦІЙНИХ ФАКТОРІВ  
НА СТРУКТУРУ ГАЗЕТНОЇ ПОЛОСИ**

*На основі вагових значень факторів композиційного оформлення газетної полоси здійснюється постановка та розв'язується задача багатофакторного вибору альтернативних варіантів впливу факторів на структуру полоси.*

***Фактор, газетна полоса, структура, модель, функція, альтернатива***

Відповідно до досліджень [2–3], наявність оптимізованої ієрархічної моделі факторів композиційного оформлення полос газетних видань через суб'єктивність експертних суджень не розв'язує до кінця проблеми формалізованого вираження міри впливу фактора на процес компонування газетної полоси. Отож додаткове застосування механізму оцінювання попарних порівнянь стосовно ваг значущості критеріїв, зведених у квадратну обернено-симетричну матрицю, та реалізованого через обчислення власного вектора, привело до числового вираження міри узгодженості суджень. Власний вектор уможливило упорядкування пріоритетів, а його максимальне значення забезпечує встановлення адекватного рішення, відхилення від якого виражається індексом узгодженості та вектором узгодженості. При незадовільних значеннях цих оцінок потрібно переглянути вихідний граф зв'язків між факторами, обчислити нові значення ваг факторів через попарних порівнянь, тобто розв'язати у деякому наближенні обернену задачу. Такий ітераційний процес приводить до оптимізації ієрархічної моделі, на основі якої розробляється інформаційна технологія проектування полос газетних видань.

Оптимізована модель факторів композиційного оформлення газетних полос стала результатом використання методу Сааті аналізу ієрархій, який у застосуванні до завдань, пов'язаних з процесами випуску друкованої продукції передбачає у повному обсязі такі етапи [6–7]:

побудова ієрархії, рівнями якої є загальна мета завдання, параметри (фактори, критерії), дотичні до проблеми, та альтернативи, числові значення функцій корисності яких обумовлюють вибір обґрунтованого рішення;

визначення множини факторів, які впливають на якісну реалізацію технологічного етапу (наприклад, проектування видання, додрукарське опрацювання, друкування накладу);

розроблення ієрархічної моделі пріоритетного впливу факторів на досліджуваний етап (процес);