

в виде бумажных книг и аудиокниг, а также организуют различные мероприятия, популяризирующие чтение, прежде всего среди детей.

В 2009 г. корпорация British Telecommunication прекратила пользоваться красными телефонными будками, с 20-х гг. XX в. являвшимися символом британской культуры и реализовала проект «усынови будку» (adopt kiosk). Местным властям и общественности было предложено выкупить вышедший из употребления раритет за символический фунт. Так англичане получили круглосуточно открытые мини-библиотеки с книгами, DVD, CD, газетами и журналами. Особую популярность они приобрели в сельской местности, где не везде имеются библиотеки и книжные магазины.

По последним данным, в **Германии** почти 70% населения «интересуются книгами», из них 29,6% – испытывают к книгам «исключительный интерес». Картина реального чтения в стране выглядит следующим образом: 44,6% немцев читает раз в неделю (в 2014 г. их было 46,9%); 14,1% – ежедневно; 37,7% – раз в месяц (в 2014 г. – 25,1%). Таким образом, количество регулярно читающих в Германии медленно сокращается, однако 24,4% респондентов заявили, что читали бы больше, если бы имели на это время. Книга в Германии уважаема и стоит дорого, но и зарплаты немцев тоже высоки. С XIX в. стране действует специальный закон, определяющий обязательную фиксированную цену на книги. Это служит их защитой как «культурной ценности» от негативных воздействий свободного рынка. Фонды немецких публичных библиотек носят мультимедийный характер: кроме книг пользователям выдаются DVD, CD, аудиокассеты, компьютерные игры и т.д. Желающие имеют возможность получать книги и журналы в электронном виде. Ежегодный билет в библиотеку стоит 15 евро (детям бесплатно).

Немецкое правительство, неудовлетворённое состоянием дел в области чтения, способствовало появлению специального интернет-портала «Читать в Германии» (in Deutschland lesen), где каждый может найти информацию о проектах, осуществляемых фондами и объединениями ФРГ, популяризирующими чтение. Особое внимание в них уделяется детям. Для малышей реализуются проекты типа Babybooks с участием родителей. В школах проводятся встречи с писателями, организуются конкурсы и литературные викторины. Ученики приобщаются к чтению с помощью таких инновационных программ, как «Antolin». В соответствии с ней, прочитав книгу, учащийся регистрируется на сайте портала <https://www.antolin.de>, отвечает на вопросы посвященной ей викторины и получает за это очки, которые мобилизуют его на очередные читательские достижения.

По результатам социологических исследований 2014 г. в **Испании**, где книги стоят дорого, 35% населения не читает вообще. Среди читающих 7,5% за год прочло только одну книгу, 42,1% – 2–4 книги и лишь 14,1% — более 13. 79,7% читателей предпочитают бумажные издания, а 11,1% читают только электронные книги. Библиотеками пользуются 28,6% испанцев. «Люди...ничего не читают, – сетует замминистра образования Испании А. Тиана. – По уровню культуры населения мы всё больше отстаём от других стран Европы». Для повышения интереса испанцев, особенно молодёжи, к чтению, с 2014 г. в библиотеках реализуется финансируемая Министерством образования и культуры программа e-biblio, благодаря которой книги можно получать в электронном формате.

Согласно статистическим данным в 2014 г. в **Италии** 41% населения прочёл по 1 книге в год, что на два процента меньше, чем в 2013. Только 14% итальянцев читает более 1 книги в месяц. В каждой десятой семье дома нет ни одной книги. Сужение сферы чтения наблюдается и в этой стране. Правительство, обеспокоенное негативной тенденцией, рассмотрело в качестве оптимизирующей меры предложение ввести налоговые льготы для лиц, покупающих книги. Планировалось в 2014–2016 гг. возвращать им 19% от суммы покупки, вычитаемых из подоходного налога. Но этот декрет не прошёл.

В течение нескольких лет в Италии проводится акция под названием *Nati per leggere* (Рождённые читать), занимающаяся продвижением чтения для маленьких детей (чтение малышам вслух) и школьников.

В **Китае** ситуация в сфере чтения демонстрирует тенденцию к регрессу. Средний