

Читательская активность молодежи
Челябинской области:
опыт проведения исследования

В статье дается картина чтения российских студентов, обучающихся в высших учебных заведениях Челябинской области. Проанализированы основные социально-психологические и демографические характеристики молодых читателей, частота их читательской деятельности, читательские ориентации. Особый акцент сделан на роли феномена моды и интернет-технологий в стимулировании читательской активности молодежи.

Ключевые слова: молодежь, студенты, чтение, читательская активность, мода, вузовская библиотека.

В историко-культурном контексте проблемы чтения молодежи, как в России, так и в мире, всегда волновали общественность, что объясняется особой значимостью читательской деятельности для социализации и личностного роста. Поэтому начиная со второй половины XIX столетия в России молодежь осознавалась как приоритетный читатель, что проявилось, в частности, в исследовательском интересе к данной категории со стороны писателей, педагогов и специалистов библиотечного дела (Н.А. Корф, Х.Д. Алчевская, Л.Н. Толстой, С.А. Анский и др.). В качестве исследовательских инструментов использовались в основном опрос и анализ статистических данных.

В начале XX в. спектр исследовательских методов существенно расширился; стали применяться систематическое наблюдение, анкетирование, учет читательского спроса по формулярам, анализ отзывов читателей о прочитанных книгах. Несколько позже стали разрабатываться проблемы психологии чтения и читателя, библиотечной психологии, а также вопросы эффективности применения

определенных методов библиотечного воздействия (работы Д.А. Балики, С.А. Вальдгардта, А. Виленкина, А.А. Гайворовского, П.И. Гурова, А.А. Покровского, Я.М. Шафира и др.). В середине XX столетия в крупных библиотеках появились самостоятельные подразделения, специализирующиеся на социологии чтения, что привело в дальнейшем к централизации читателеведческих социологических исследований под руководством крупнейших национальных библиотек и ведущих вузов страны («Советский читатель»¹, «Книга и чтение в жизни небольших городов»², «Книга и чтение в жизни советского села»³); в качестве одного из объектов исследования неизменно присутствовала молодежь. Затем эстафету проведения подобных социологических исследований принял Левада-центр и другие центры изучения общественного мнения (ФОМ, ВЦИОМ).

В нынешней ситуации, для которой характерны коммерциализация культуры, ослабление преемственности национальных традиций, бурное развитие информационных технологий, радикально изменивших практики коммуникативного поведения, перед всеми институтами образования и культуры, особенно – библиотеками, стоит задача переосмысления собственных функций и эффективного стимулирования читательской деятельности молодежи на основе новых исследовательских данных.

К сожалению, сведения о чтении современной молодежи локальны, немногочисленны и противоречивы, что затрудняет создание его целостной картины. Практически не изучено влияние субкультур и культурных практик интерпретативных сообществ на образование, интенсивность читательской деятельности, использование ими тех или иных коммуникационных каналов и информационных технологий, определяющих выбор и оценку литературы. Недооцененным остается влияние моды как социокультурного феномена на читательскую активность молодых людей, тогда как специалистами в области социологии и социальной психологии (Г. Блумер, Г. Зиммель, И.С. Кон, Б.Д. Парыгин, Б.Ф. Поршнев и др.) подчеркивается повышенная подверженность воздействию этого феномена именно молодежной аудитории.

С целью частичной ликвидации обозначенной лакуны в январе 2017 г. сотрудниками научной библиотеки (далее – НБ) Южно-Уральского государственного университета (далее – ЮУрГУ) было проведено исследование среди студентов Челябинской области в возрасте от 17 до 25 лет.

В качестве метода сбора эмпирического материала применялось анкетирование, в том числе при помощи электронных про-

граммных средств. Для составления анкеты были использованы фрагменты ранних разработок исследования В.Я. Аскаровой⁴, направленного на изучение роли и места книги и чтения в системе ценностных ориентаций молодежи; массовых читательских предпочтений; стандартизованных читательских предпочтений; каналов и механизмов распространения читательской моды. Анкета была существенно модернизирована, адаптирована к изменившимся коммуникативным условиям (в частности, была учтена огромная роль интернет-технологий в развитии чтения молодежи) и задачам исследования. Такой подход дал возможность провести сравнительный анализ читательского поведения студенческой молодежи разных лет и образовательных специальностей.

Проведенное исследование представляет собой социологический опрос студентов Челябинской области; генеральная совокупность составила 98 тыс. обучающихся молодых людей в высших учебных заведениях Челябинской области (статистические данные приведены по данным Минобрнауки России на начало 2015/2016 учебного года)⁵. Выборка – неслучайная квотная. Квоты были созданы исходя из направлений образовательных специальностей; за основу были взяты данные показателей государственной статистики⁶, распространяемые на Челябинскую область. Распределение респондентов в уже созданных квотах осуществлялось методом пропорционального разделения, что позволило выдержать в выборке те же пропорции между квотами, что и во всей совокупности. С учетом доверительной вероятности в 95% и погрешности в 4% выборка составила 568 человек, распределенных пропорционально по направлениям образовательных специальностей.

Анкета, реализованная в формате онлайн-опроса, позволила установить взаимосвязь между ценностными ориентациями и читательской активностью молодежи, а также раскрыть особенности читательской деятельности представителей отдельных субкультур и интерпретативных сообществ, установить наиболее значимые для них каналы и социально-психологические механизмы моды, выявить роль интернет-технологий в стимулировании читательской деятельности в изучаемых нами группах и прояснить возможности вузовской библиотеки в этом процессе.

При анализе результатов опроса в качестве вспомогательного метода был использован контент-анализ для обработки ответов на открытые вопросы анкеты, что помогло выявить подлинные интересы и предпочтения респондентов. Для каждого вопроса были разработаны собственные классификаторы, а в качестве неизменных смысловых единиц выделены группы образовательных специальностей.

В качестве дополнительных методов исследования в НБ ЮУрГУ – основной базе исследования – проводился комплекс новых и инновационных культурно-просветительных событий с опорой на социально-психологические механизмы моды (заражение, внушение, убеждение, идентификация) и коммуникативные каналы (интернет, межличностное общение) в рамках библиотечного (искусственного) эксперимента. Обозначенные события можно логически объединить в три основные группы: образовательные (лекции, тренинги, дискуссии), игровые (квесты, игротеки, буккроссинг, конкурсы, викторины и др.) и музыкальные (концерты, вечера). Основной задачей экспериментальной работы было объединение виртуальных и реальных приемов организации и проведения обозначенного комплекса событий культурно-просветительного характера, направленных на популяризацию библиотеки, ее услуг и повышение читательской активности студентов ЮУрГУ.

Оценка результатов данной работы была проведена посредством наблюдения за участниками мероприятий и анализа документов и статистических показателей деятельности НБ ЮУрГУ за период 2011–2017 гг. Данные показатели отражены в годовых отчетах НБ ЮУрГУ, а также получены посредством программного обеспечения «Турникет» и «InfoStation» (АБИС «VIRTUA»).

Анализ полученных данных позволяет утверждать, что в молодежной культуре чтение постепенно вновь возвращается в ранг модных занятий, о чем не говорится столь прямо и открыто в профессиональной среде. Однако определенные тенденции позволяют придерживаться именно такой позиции. Эмпирический материал показал, что чтение осознается современными студентами как одна из важнейших познавательных, эстетических и престижных ценностей. Говоря о частоте чтения, отметим, что, согласно данным опроса, подавляющее большинство студентов (41,7%) читают ежедневно, еще 39,9% делают это несколько раз в неделю.

Эмоционально-оценочные суждения молодых людей о чтении как виде деятельности показывают, что студенты относятся к нему весьма позитивно, но сетуют на большую занятость и нехватку времени (48,9%). Напротив, 33,6% читают много и постоянно. А вот 21,1% молодых людей читают исключительно для получения нужной информации, чаще всего по учебе или работе. Также большая часть студентов (47,8%) на сегодняшний день в зависимости от целей и разного рода условий предпочитают читать как в печатном, так и в электронном виде, в том числе из электронных источников. Что интересно, наиболее активны в этом плане учащиеся социально-гуманитарных специальностей, они составляют большинство –

59%, тогда как ценителями исключительно печатных документов остаются студенты технических специальностей – 48%. Мы же изначально предполагали, что сторонниками электронного чтения, наоборот, в большей степени будут студенты технических направлений. Этот факт полностью опровергает поставленную в программе исследования гипотезу.

Углубляясь в ценностные ориентации читающей молодежи, выделим видовые предпочтения с разделением на традиционные и нетрадиционные (электронные) формы читательской деятельности. В электронном чтении студентов предсказуемо высокие результаты показали новостные ленты (63,2%) и посты в блогах и социальных сетях (60,3%). Высокие позиции занимает электронная учебная (54,3%) и художественная (51,6%) литература. Однако печатные версии книг все равно пока лидируют – 56,7% респондентов в этой связи назвали специальную литературу (учебную, специальную, научную) и 85,7% – художественную.

Анализируя влияние феномена моды и ее механизмов на чтение молодых людей в современных информационно-коммуникативных условиях, значимы данные, которые удалось получить благодаря вопросу о посещаемости специализированных читательских ресурсов в интернете. Меньше половины респондентов (46,6%) посещают подобные ресурсы, в основном представленные на платформе социальной сети «ВКонтакте». В частности, удалось выявить некоторые тренды жанрово-тематических предпочтений и названия конкретных книг и фамилии авторов, популярных в молодежной среде: серия книг о Гарри Поттере, Дж. Р.Р. Мартина «Песнь льда и огня», произведения Д. Брауна. Не спадают ажиотаж на книги из серии «Метро» Д. Глуховского, Дж. Толкиена, С. Кинга и Р. Брэдбери. Интерес к подобным изданиям можно объяснить тем, что в современной культуре литературные тексты существуют не сами по себе, а в контексте медиатекстов: реклама, видеоклипы и компьютерные игры активно используют знакомые сюжеты, не говоря уже о фильмах и сериалах, снятых по мотивам известных книг. Это подтверждают и ответы челябинских студентов: 51,5% опрошенных предпочитают читать книги и смотреть их экранизации, а для 30,8% фильмы оказывают решающее воздействие при выборе книг для чтения.

Нам важно было узнать, по каким каналам респонденты получают информацию о том, что фильм имеет литературную основу: для большинства респондентов (60,5%) – это интернет-среда, из них 25,1% назвали рекламу в интернете; 22,7% – информацию на специализированных сайтах, в социальных сообществах, посвя-

ценных кино, тогда как исключительно читательские ресурсы в этой связи отметили 8,8% респондентов. Небольшое количество опрошенных (3,9%) узнают об экранизациях в библиотеках (в том числе в группах в социальных сетях с участием библиотек). Не теряют своих позиций и наружная реклама, афиши и буклеты в кинотеатрах (46%), а вот книжные обложки не столь информативны в этом отношении; их отметили всего 7,3% студентов. Связано это с тем, что обычно переиздания таких произведений выходят одновременно с премьерой фильма/сериала, поэтому интернет- и наружная реклама являются более действенными.

Таким образом, благодаря феномену моды в современной литературе существует возможность привлечения молодежи в читательскую среду, создания определенного «книжного багажа» и тем самым развития индивидуальных читательских предпочтений.

Обращаясь к библиотечной проблематике, отметим, что 82,8% студентов так или иначе пользуются услугами библиотек. Ожидаемое лидерство принадлежит вузовским библиотекам (их посещают 77,7% респондентов), которые сопровождают образовательный процесс и являются одним из важнейших проводников качественной и легальной информации. Современные реалии информационного общества вывели и электронные библиотеки на новый уровень развития; к ним обращается 52,5% учащихся. В то же время городские / районные публичные и универсальные научные библиотеки не пользуются популярностью среди студенческого сообщества (показатели их использования составили 22,1% и 15,6% соответственно).

Большинство опрошенных, а именно 79%, привлекает в библиотеках наличие нужной информации/литературы, что является фундаментом для осуществления любой деятельности данных социальных институтов. Неожиданными стали ответы студентов (45,9%) о том, что они посещают библиотеки из-за возможности уединения и тишины в залах. Это подтверждает закономерность современного тренда зонирования помещений на «тихие» и «громкие» участки, что позволяет создать оптимальные условия для читателей с разными потребностями. Достаточно высокие позиции среди респондентов занимают лицензионные электронные базы данных и полнотекстовые ресурсы, доступ к которым организуют вузовские библиотеки. Это мотивирует 35,5% студентов. А вот наличие необходимых технических средств (26,7%) и бесплатный интернет (24,8%) в ответах встречаются не так часто, хотя они и не менее значимы в реальной библиотечной деятельности.

Таким образом, вузовская библиотека является одним из важнейших институтов формирования культуры чтения, поэтому она должна быть привлекательным местом для общения, культурного проведения досуга молодых людей, их творческой самореализации. Сейчас в нашей стране и за рубежом ведется поиск наиболее актуальных социокультурных практик библиотечного воздействия, и, как показали результаты проведенного исследования, сегодняшние приоритеты должны быть связаны с максимальным использованием сетевых технологий и социально-психологических механизмов моды, направленных на вовлечение молодых читателей (тем более студентов) в информационное и библиотечное пространства, формируя у них устойчивую привычку к развивающему, осмысленному чтению.

Примечания

- ¹ Советский читатель: опыт конкретно-социологического исследования. М.: Книга, 1968. 343 с.
- ² Книга и чтение в жизни небольших городов. М.: Книга, 1973. 328 с.
- ³ Книга и чтение в жизни советского села: проблемы и тенденции. М.: Книга, 1978. 181 с.
- ⁴ *Аскарова В.Я.* Изучение читательской моды как средство совершенствования руководства чтением художественной литературы: Дис. ... канд. пед. наук. Л., 1984. 251 с.
- ⁵ Государственные и муниципальные образовательные организации высшего образования (на начало учебного года) [Электронный ресурс] // Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Челябинской области. URL: <https://goo.gl/FNn854> (дата обращения: 09.11.2017).
- ⁶ Индикаторы образования 2016: Стат. сб. / Под. ред. Л.М. Гохберг, И.Ю. Забатурина, Н.В. Ковалева. М.: НИУ ВШЭ, 2016. С. 154–156.