

ЧИТАТЕЛЬСКАЯ АКТИВНОСТЬ МОЛОДЫХ ЛЮДЕЙ В УСЛОВИЯХ МНОГООБРАЗИЯ КНИЖНОГО РЫНКА (ПРОЕКТ РЕКОМЕНДАТЕЛЬНОГО САЙТА)

Аннотация: статья посвящена проблеме снижения интереса к чтению у молодых читателей и оказании им помощи в выборе изданий художественной литературы.

Ключевые слова: читатели, чтение, читательская активность, художественная литературы, проблема выбора книг, книжный рынок.

THE READER'S ACTIVITY OF THE YOUNG PEOPLE IN CONTEXT OF THE VARIETY OF BOOK MARKET (A PROJECT OF RECOMMENDATORY WEBSITE)

Abstract: the article considers the problem of reading decrease among the young readers and ways of assisting them with the choice of fiction.

Keywords: readers, reading, reader's activity, fiction, problem of a choice of books, book market.

В настоящее время отчетливо прослеживается тенденция падения престижа чтения. Особую тревогу вызывает снижение интереса молодых людей к чтению художественной литературы, ведь художественная книга оказывает на читателя воспитательное воздействие, способствует формированию системы ценностей, обогащает духовно, побуждает к рефлексиям, направленным на самопознание. Эти функции художественной книги важны в первую очередь для читателя в возрасте от 16 до 25 лет (возрастные границы достаточно условны), поскольку его жизненные ориентиры в этот период продолжают активно формироваться.

Основной причиной снижения читательской активности молодых людей, по мнению некоторых ученых (И. В. Жилавская, Н. А. Стефановская), является распространение аудиовизуальных средств массовой информации. Однако, на наш взгляд, не менее важной

причиной этого явления служит растерянность неподготовленного читателя в условиях разнообразия книжной продукции художественного содержания.

Анализ результатов развития российской книжной индустрии в 2010 г., представленный в докладе Управления периодической печати, книгоиздания и полиграфии Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям, свидетельствует о кризисном состоянии книжной индустрии [1]. В 2010 г., согласно данным Российской книжной палаты, российскими издательствами было выпущено 121 738 названий книг и брошюр совокупным тиражом 653,8 млн экземпляров. В сравнении с 2009 г. оба количественных показателя оценки российского книгоиздания оказались ниже аналогичных показателей 2009 г.: падение по числу выпущенных названий составило 4,6 %, а по совокупному тиражу – 8,8 %.

Выпуск художественной литературы в 2001–2010 гг. не отмечен ни существенным ростом числа выпущенных названий, ни динамикой тиражей, однако заметным явлением на общем фоне стало увеличение выпуска беллетристики в последний предкризисный (или первый кризисный) 2008 г. В 2008 г. число выпущенных изданий художественной литературы увеличилось по отношению к 2007 г. более чем на 25 %, а совокупный тираж за данный период вырос на 20 %. Однако в 2009–2010 гг. последовало снижение числа выпущенных названий, а тиражные показатели в 2010 г. вернулись едва ли не к уровню десятилетней давности.

Несмотря на некоторое уменьшение в 2009–2010 гг. количества наименований художественной литературы, этот сегмент книжного рынка (в сравнении с другими) лидирует по данному показателю (свыше 18 000 наименований в 2010 г.). Библиотекари, исследующие проблему снижения интереса к чтению художественной литературы, среди причин этого явления особо выделяют именно широкий спектр наименований художественных произведений. Казалось бы, многообразие рынка предоставляет читателю возможность выбора книги. Но, как показывает практика, читатель в возрасте от 16 до 25 зачастую оказывает-

ся не в состоянии выбрать художественную книгу из тысяч предложенных наименований.

Это обусловлено социально-психологическими особенностями, присущими представителям данной возрастной группы. Безусловно, читатели в возрасте 16–18 лет в своих ценностных ориентирах только начинают определяться, их литературные пристрастия подвержены разного рода влияниям и, как следствие, нестабильны. Читатели более старшего возраста, как правило, имеют более-менее устойчивые жизненные ценности и сформированные литературные предпочтения.

Еще одной социальной причиной является информационная среда, в которую погружены читатели. Возраст 16–18 лет совпадает с периодом профессионального самоопределения и началом послешкольного обучения. Несмотря на учебную загруженность, старшеклассники и студенты первых курсов практически непрерывно обитают в виртуальной среде. Информационная насыщенность многообразных интернет-ресурсов, которыми пользуется молодежь, серьезно конкурирует с книгами за внимание этой возрастной группы. В более старшем возрасте, после получения специальности в среднеспециальном или высшем образовательном учреждении, приоритеты молодежи перераспределяются: обновляется круг общения с вливанием в профессиональный коллектив, иначе выстраивается распорядок дня, может измениться семейный статус. Происходящие перемены, сопровождающиеся накоплением жизненного опыта и, как следствие, желанием найти ответы на значимые вопросы, могут привести к трансформации потребности в чтении и мотивировать на поиск книг, удовлетворяющих насущным потребностям. Таким образом, поиски себя, своей индивидуальности и первые попытки в обретении профессионального и социального статуса сопровождаются сложностями выбора художественной литературой, обусловленного ее изобилием и многообразием. В индивидуально-психологическом плане для молодежи характерны не всегда осознанное желание освободиться от внешнего контроля, повышенная эмоциональность, возбудимость, идеализация некоторых жизненных представ-

лений, максимализм, а также недостаточная устойчивость нравственных позиций.

Читатели, относящиеся к рассматриваемой категории, чаще других ошибаются в выборе книги. Правильно выбранная художественная книга только тогда доставляет истинное удовольствие и приносит наибольшую пользу, когда ее проблематика перекликается с тем, что беспокоит читателя. А молодежь зачастую не может определить, что конкретно ее волнует.

Всех молодых людей в зависимости от их причастности к чтению можно условно разделить на три группы:

- читающие;
- «нечитающие» читатели (те, которые раньше читали, но по каким-то причинам перестали обращаться к книгам);
- нечитающие.

На всероссийском портале «Чтение-21» 21 ноября 2010 г. Координационным советом региональных центров чтения были опубликованы результаты социологического исследования «Чтение нового поколения» [4]. В ходе исследования были опрошены пользователи библиотеки от 15 до 24 лет. Количество респондентов – 50 человек, среди которых 17 юношей и 33 девушки. Респондентам было предложено ответить на вопросы, касающиеся места чтения в сфере их интересов; времени, выделяемого на чтение художественной литературы; мотивов чтения; жанрово-тематических предпочтений опрашиваемых.

Сведения, полученные в ходе данного социологического исследования, позволили определить мотивацию чтения и читательские предпочтения молодых людей в области художественной литературы. Однако они не дали возможности подразделить данную читательскую аудиторию на читательские типы для более детального ее изучения.

Читательский тип представляет собою сочетание индивидуально-психологических и социально-психологических свойств [3]. Показатели, присущие читателям, по мнению исследователя Т. А. Есиной, можно разделить на две большие группы: стратификационные (пол, возраст, семейное положение и т. д.) и аксиологические (социальное само-

чувствие, досуговые предпочтения и т. д.) [2]. Анализ предпочтений в сфере художественной литературы и выявление их зависимости от стратификационных и аксиологических характеристик читателей позволит привлечь к чтению тех молодых людей, которые испытывают трудности при выборе художественной литературы.

Таким образом, возникла необходимость разработать особый механизм, базирующийся на сведениях, полученных от читающей молодежи, который предоставил бы возможность получить рекомендацию по выбору художественной книги любому желающему в возрасте от 16 до 25 лет независимо от того, является он активным читателем или впервые обращается к книге.

Для составления проекта собственного рекомендательного сервиса мы ознакомились с уже существующими сервисами – Two-books [5] и Imhonet [6]. Выявив недостатки механизмов функционирования данных сервисов, приступили к разработке проекта для молодых пользователей «Найди свою книгу».

Цель проекта – оказание помощи читателю от 16 до 25 лет в выборе художественной книги, которая в данный временной период доставит ему удовольствие и будет полезной.

Для достижения поставленной цели необходимо выполнение следующих задач:

1. Собрать информацию о читателях и их предпочтениях в области художественной литературы.

2. Проанализировать информацию, полученную от респондентов, выявить наиболее распространенные читательские типы.

3. Создать интернет-ресурс, дающий возможность любому читателю в возрасте от 16 до 25 лет получить рекомендацию по выбору художественной литературы.

Предлагаем возможные этапы выполнения проекта.

1. *Выявление параметров для составления корреляционной матрицы.* Данные параметры являются стратификационными и аксиологическими характеристиками читателя, которые на данном этапе требуют уточнения.

2. *Разработка анкеты для читателей на основе выбранных параметров.* Прорботке вопросов анкеты следует уделить повышенное внимание. Они могут быть разнообразными: открытыми, закрытыми и т. д., главное, чтобы полученные на эти вопросы ответы помогли определить зависимость предпочитаемых респондентами жанров и произведений художественной литературы от социально-демографических и иных характеристик читателя.

3. *Сбор информации о читателях посредством пилотного анкетирования.* В пилотном анкетировании принимают участие не менее 100 респондентов от 16 до 25 лет. Сбор информации осуществляется как с применением современных информационных технологий (размещение анкеты в социальных сетях, адресная рассылка по электронной почте и т. д.), так и посредством традиционного анкетирования.

4. *Обработка информации, полученной посредством анкетирования читателей.* Обработка информации осуществляется с использованием прикладных программ ОС Windows; выявляется закономерность между социально-демографическими и иными характеристиками читателя и жанрами художественной литературы, которым он отдает предпочтение.

5. *Создание интернет-ресурса, дающего возможность любому читателю в возрасте от 16 до 25 лет получить рекомендацию по выбору художественной книги.* В качестве формы функционирования рекомендательного сервиса выбран интернет-ресурс, потому что представители рассматриваемой возрастной группы являются активными пользователями интернета. Более того, для многих из них интернет является самым популярным средством получения информации.

6. *Реклама интернет-ресурса для привлечения большего количества пользователей.* Реклама может быть размещена в социальных сетях, на сайтах библиотек и т. д.

Эффективность функционирования интернет-ресурса можно оценивать, опираясь на отзывы пользователей и статистику посещения сайта.

Полагаем, что подобный ресурс способен оказать помощь молодым людям в выборе художественной книги и тем самым повысить их читательскую активность.

Список литературы

1. Григорьев В. В. Книжный рынок России. Состояние, тенденции и перспективы развития : отраслевой доклад Управления периодической печати, книгоиздания и полиграфии Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям [Электронный ресурс]. URL: http://www.sbo-paper.ru/upload/pdf/2011_bookpublishing.pdf.
2. Есина Т. А. Социальное портретирование как метод изучения читателей библиотек : автореф. дис ... канд. пед. наук. М., 2010.
3. Сапожникова С. Е. Психология читательского выбора научных монографий в сфере гуманитарных дисциплин : дис. ... канд. психол. наук. М., 2008.
4. Чтение нового поколения: социологическое исследование [Электронный ресурс]. URL: <http://www.chtenie-21.ru/publications/4902>.
5. Two-books – рекомендательный сервис книг [Электронный ресурс]. URL: <http://ru.two-books.net>.
6. Imhonet – рекомендательный сервис: книги [Электронный ресурс]. URL: <http://books.imhonet.ru>.

Е. Ю. Козьмина
Екатеринбург

ЮБИЛЕЙНЫЙ СБОРНИК НАУЧНЫХ ТРУДОВ: ХАРАКТЕРИСТИКА ИЗДАНИЯ

Аннотация: в статье рассматриваются структура, функции и роль такого типа научного издания, как юбилейный сборник (Festschrift) на примере сборника в честь Н. Д. Тамарченко «Школа теоретической поэтики».

Ключевые слова: юбилейный сборник, Festschrift, структура сборника, функции сборника.