

СОЦИОЛОГИЯ КУЛЬТУРЫ

DOI: 10.25990/socinstras.pss-21.dqdx-s350
EDN: KCCBUQ
УДК 316.74:82



С. И. Бояркина, В. И. Титов

ПРАКТИКИ ЧТЕНИЯ В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМАЦИИ КОММУНИКАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ

В статье рассматриваются современные тенденции динамики читательских практик, описываются традиции теоретических и эмпирических исследований, проводимых в данной области. Результаты репрезентативных опросов свидетельствуют о появлении возрастных различий в практиках чтения, касающиеся не только прагматических оснований выбора формата чтения (цифровой / бумажный), но и установок субъекта, предопределяющих возникновение интереса к книге, оценку ее содержания и дальнейшую трансляцию воспринятых смыслов. В числе наиболее веских причин наблюдаемых возрастных дифференциаций оказываются не только технико-технологические последствия развития информационно-коммуникационной сферы, но и глубокие трансформации социокультурного контекста, мировоззренческих установок и индивидуальных ценностных ориентаций представителей разных поколений. Пилотажное исследование, проведенное авторами методом онлайн-опроса, позволило обозначить перспективные направления дальнейших исследований, главным из которых является анализ возрастных и демографических различий в способах взаимодействия с социальным окружением, вовлеченности близкородственных связей в процессы селекции, интерпретации и трансляции литературного наследия.

Ключевые слова: культура, постмодернизм, чтение, цифровизация, возрастные группы, молодежь.

SANIYA I. BOYARKINA, VADIM I. TITOV

READING PRACTICES IN THE CONTEXT OF COMMUNICATION PROCESSES TRANSFORMATION

The article dwells on current trends in the dynamics of reading practices and describes the traditions of theoretical and empirical research conducted in this area. The results of representative surveys indicate the emergence of age-related differences in reading practices, concerning not only the pragmatic reasons for

choosing a reading format (digital / paper), but also the subject's attitudes that predetermine the emergence of interest in a book, evaluation of its content and further translation of perceived meanings. Among the most compelling reasons for the observed age differentiation are not only the technical and technological consequences of the information and communication sphere development, but also profound transformations of the sociocultural context, worldviews and individual value orientations of different generations representatives. A pilot study conducted with an online survey allowed us to identify promising directions for further research, the main of which is the analysis of age and demographic differences in the ways of interaction with the social environment, the involvement of closely related ties in the processes of selection, interpretation and translation of literary heritage.

Keywords: culture, postmodernity, reading, digitalization, age groups, youth.

Введение

Изменения социального макроконтекста, происходившие с конца XX столетия и обусловленные распадом советского общества, реорганизацией нормативных оснований функционирования социума и форматов коммуникативных процессов, привели к возникновению ряда социокультурных проблем, в том числе в структуре и содержании практик чтения, активно изучаемых российскими исследователями. По данным всероссийского репрезентативного опроса, проведенного сотрудниками Левада-центра, на протяжении периода с 1990 по 2008 г. происходило постепенное сокращение количества «читающих» россиян, не менее двух третей населения обходились без печатной литературы, 46% жителей России не читали вообще, еще 36% ограничивались случайным чтением. По собственным оценкам взрослых россиян, за обозначенный период относительное большинство из них стали меньше читать (64%), причем основная доля респондентов, снизивших активность чтения, принадлежит к возрастной группе 40–54 лет, с имеющимся высшим образованием. Изменялось и содержание чтения, люди переходили на серийную жанровую литературу (детектив и боевик, любовная проза, историко-авантюрный или историко-патриотический роман), которые чаще не покупали в магазинах, а брали на время у друзей и знакомых (Дубинин, Зоркая 2008: 67–69).

Трансформации информационно-коммуникационного пространства, начавшиеся с конца 80-х — начала 90-х гг., связанные с повсеместным распространением цифровых гаджетов и сети Интернет, привели к изменению повседневных коммуникационных практик, способов

потребления информационного контента, в том числе литературных текстов. На рынке книгоиздания постепенно возрастала доля электронной литературы, составившей конкуренцию традиционным бумажным книгам. В середине прошедшего десятилетия исследователи отмечали общемировые тенденции к сокращению числа книжных магазинов, библиотечных абонементов, росту выпуска электронных книг, в отдельных странах наблюдалось уменьшение длительности чтения (Wilson 2014).

В России специалисты также наблюдали снижение тиражей издаваемых книг, спад интереса к чтению в целом, хотя и не всегда соглашались с определением ситуации как кризисной, указывая на многовекторность наблюдаемых тенденций в разных возрастных, гендерных, статусных (в первую очередь речь идет о профессиональных и образовательных различиях) группах (Баринов 2014; Артамонов 2015; Соколов и др. 2016).

Опрос, проведенный ВЦИОМ в 2019 г., продемонстрировал некоторое изменение количественных показателей за период с 2014 по 2019 г. В 2019 г. чтение книг практиковал каждый второй россиянин (53%), что в целом больше, чем в 2014 г. (45%), но несколько ниже показателя предыдущего (2018) года (55%) (Книголюб... 2019).

В последние, 2020-е гг., ситуация мало изменялась, по-прежнему происходит сокращение числа книжных магазинов, снижение покупательской активности, связанной с кризисами, вызванными пандемией, а после нее — глобальным политическим конфликтом, с ростом цен на печатную продукцию, исчезновением из продажи произведений отдельных популярных зарубежных авторов, отказавшихся работать с российскими издательствами (Книжный рынок 2022).

Эти же факторы привели к изменению жанровых предпочтений читателей, нон-фикшн (non-fiction) постепенно вытеснялся с первого места по популярности беллетристикой. Во время пандемии люди предпочитали досуговое чтение, и наиболее существенный прирост наблюдался в сегменте художественной литературы. Существенно вырос спрос на японскую и корейскую литературу, любовные романы, фэнтези. Если в 2019 г. доля продаваемой нехудожественной (non-fiction) литературы приближалась к 50%, а художественной — к 30%, то к 2023 г. сложилась противоположная ситуация. При этом значимую долю прироста в сегменте художественной литературы обеспечили комиксы и манга, на чтение которых ориентируется в первую очередь молодежная аудитория (Там же). Вместе с тем развитие цифровых технологий, активно использовавшихся во время пандемии, привело к активному

распространению цифровых книг, реализуемых в интернет-магазинах наряду с продажами традиционных бумажных тиражей.

По данным компании MediaScore, в 2022 г. 43% населения России читали книги онлайн, из них 23% платили за контент, 33% россиян слушали аудиокниги (платно — 26% из этого числа). В топе книжных ресурсов оказались «ЛитРес» (15 млн пользователей, или 12,8%), «Лабиринт» (8,2%), LiveLib (5,7%), «Читай-город» (5,3%) (Исследование MediaScore... 2022).

Причины происходящих трансформаций специалисты усматривают в изменении не только ситуативного контекста, когда в условиях кризиса люди хотели оторваться от пугающей реальности, погрузиться в вымышленные миры художественных произведений, но и базовых социокультурных оснований функционирования глобального общества, принципов организации и функционирования коммуникативного пространства, ценностных ориентации людей.

Геополитические процессы, происходившие во второй половине XX в., «...создали атмосферу стихийного постмодернизма общественной жизни с ее нестабильностью, непредсказуемостью, риском обратимости...» (Маньковская 1995: 4).

Распространившееся в конце XX в. специфическое мировоззрение — постмодернизм — возводит в абсолют идею плюрализма, крах всего универсального (Ратникова 2013). М. Н. Эпштейн приводит перечень терминов, которыми чаще всего характеризуется культура постмодернизма, в том числе: «означающие без означаемых», «симулякр» (подобие без подлинника), «интертекстуальность», «цитатность», «деконструкция», «игра следов», «исчезновение реальности», «смерть автора», «гибель сверхповествований» (обобщающих моделей мироздания), «антиутопизм и постутопизм», «крах рационализма и универсализма», «фрагментарность», «эклექтика», «плюрализм», «релятивизм», «рассеивание значений», «крах двоичных оппозиций», «различение», «многокультурность», «скептицизм», «ирония», «пародия» и др. (Эпштейн 2000: 6).

Ранние отечественные исследователи нового социокультурного феномена описывают постмодернизм как порождение информационно-коммуникационной революции. Н. Б. Маньковская в своей монографии «Париж со змеями» пишет: «...постмодернизм во многом обязан своим возникновением развитию новейших технических средств массовых коммуникаций — телевидению, видеотехнике, информатике, компьютерной технике... Популистская ориентация, отвергающая

любые эстетические табу, способствовала превращению всей культуры прошлого, одновременно в музей и питомник постмодернистской эстетики» (Маньковская 1995: 6).

Постмодернизм можно описать как «энтропийную культуру», отмеченную эстетическими мутациями, диффузией больших стилей, эклектическим смешением художественных языков (Там же).

Начало XXI в., ознаменовавшееся «цифровой революцией», резким преобразованием информационно-коммуникационных структур и процессов, сопровождалось разработкой новых теоретических моделей информационного общества. Критикуя постмодернизм как неактуальную, «умершую» схему (Кравченко 2018), авторы предлагают философско-культурную концепцию постпостмодернизма, в рамках которой обосновывают существование ряда течений, в том числе и таких, в которых акцент ставится на трансформациях культуры, свершившихся под влиянием цифровизации (автомодернизм, диджиталмодернизм). Автор концепции диджиталмодернизма, А. Кирби, отмечает исключительную роль технико-технологических усовершенствований, полагая, что цифровые гаджеты позволяют человеку создавать свою собственную «вселенную», со своими правилами коммуникации и своими «текстами», своими условиями для (не)социализации и (не)коммуникации (Kirby 2009).

Активным действующим субъектом нового мира провозглашается «цифровая молодежь», для которой наиболее комфортным пространством для реализации потребительских практик (в первую очередь культурных) становится виртуальная реальность (Павлов 2018а, Павлов 2018б). В фокус внимания исследователей помещаются образы искусства, архитектуры, литературы, возникающие в условиях цифровизации сферы культурного производства и потребления, специфика аудитории и детерминанты ее выбора.

В результате произошедших изменений информационно-коммуникационного и социокультурного пространств литература и современные читатели оказались в новых обстоятельствах: чтение перестало быть основным каналом получения информации, литература больше не делится на «элитную» и «низкосортную», фигура читателя, выбирающего, интерпретирующего и транслирующего литературные объекты и заключенные в них смыслы, становится ключевой. Именно поэтому изучение читательских практик не утрачивает своей актуальности, несмотря на относительно немалое количество уже проведенных в этой области исследований.

Обзор эмпирических исследований практик чтения

В начале 2000-х гг. социологическим научно-исследовательским центром был проведен опрос петербуржцев, направленный на выявление поведенческих особенностей горожан в отношении практик чтения художественной литературы. В нем приняли участие 1002 респондента в возрасте от 18 лет и старше (исследование репрезентативное по полу и возрасту). В результате было обнаружено, что 43% всех опрошенных вообще не читают, а 53% из тех, кто читает, не покупают художественную литературу. Среди тех, кто покупает книги, 61,7% выбирают современную русскую литературу, чаще детективы, однако из них только 15,9% готовы платить за книгу более 100 рублей (Илле 2004).

В конце первого десятилетия двадцатого столетия произошли кардинальные сдвиги в системе массмедиа, сопровождавшиеся распространением цифровых носителей информации, используемых в том числе и для чтения. Это не осталось незамеченным исследователями, изучающими культурные явления и процессы, в том числе на больших выборках.

В уже упомянутом исследовании Левада-центра 2008 г. исследователи пришли к выводу о том, что особенности выбора каналов получения информации о книгах, среди которых наименьшим влиянием пользуются система образования, библиотека, а также печатные СМИ, привели к утрате этими институтами книжной культуры своего авторитета и роли в структурировании процессов массового чтения. Вопросы о способах приобретения книг и их дальнейшем хранении / передаче свидетельствовали о том, что происходил постепенный отказ от традиции создания домашних библиотек, обладание книгами переставало быть признаком определенного социального статуса. Расширяющиеся возможности поиска и скачивания книг из сети позволили людям иначе организовывать свой досуг, свои траты на приобретение литературы и отчасти предопределили наполнение книжного рынка доступными «массовыми» книгами популярных жанров. В то же время использование Интернета для поиска и скачивания книг не было широко распространенной практикой: его использовали не более 15% россиян, аудитория сегмента аудиокниг еще меньше — всего 4% от опрошенных, причем лидерами обращения к интернет-каналам является молодежь. Полученные результаты позволили экспертам заключить, что на момент проведения исследования Интернет мало влиял на практики чтения, поскольку по преимуществу был локализован среди молодежи, жителей крупнейших городов, россиян с высоким потребительским статусом (Дубинин, Зоркая 2008).

М. М. Назаров с соавторами провели серию опросов в 2010 и 2014 гг., в которых приняли участие в совокупности более 5000 россиян, использующих и бумажные, и электронные носители. Было выявлено, что приверженцы «цифрового» чтения — это преимущественно молодые люди в возрасте до 34 лет, пик читательской активности приходился на возраст 20–21 года, что по результатам регрессионного анализа оказалось связано с технической оснащённостью и частотой использования Интернета в повседневной жизни (Назаров 2017).

Специфика молодежных практик чтения представляет собой отдельный исследовательский вопрос. Интересные результаты о динамике читательских практик современной молодежи были получены в исследовании, проведенном Е. В. Каргополовой и ее коллегами. Авторский коллектив провел опрос в две волны — в 2016 и 2019 гг., в котором приняли участие всего 3760 представителей студенческой молодежи Москвы, Астрахани и Волгограда. Вопросы о выборе носителя позволили выявить, что примерно половина опрошенных читает художественную литературу на бумажном носителе, около трети — на электронном. При чтении академических сложных текстов предпочитают бумажный носитель, короткие развлекательные — читают в цифровом формате. Ключевые каналы получения информации о новых книгах — Интернет (в среднем по городам около 70% в 2016 г. (опрошены студенты городов Астрахани и Волгограда) и около 85% — в 2019 г. (опрошены студенты городов Москвы, Астрахани, Волгограда)), друзья (порядка 35 и 56% соответственно) и преподаватели (около 21 и 30%). Интернет является и основным каналом получения самих текстов, в 2 раза опережая по частоте использования покупку книг и в три раза — получение по абонементу в библиотеке (Каргополова и др. 2022).

На протяжении последних полных пяти лет наиболее систематические срезовые исследования практик чтения проводились Всероссийским центром изучения общественного мнения (ВЦИОМ) в 2017, 2018, 2019 и 2022 гг. Доля опрошенных, называющих себя читающими, несколько изменялась: если в 2017 г. читающими себя назвали 60% россиян, то в 2018 г. таких было 55%, а в 2019 г. — 53%. Традиционно самая читающая возрастная группа — молодежь до 18–24 лет, эта же группа является основным пользователем электронного формата книг (по данным за 2018 г., 60% молодежи читают профессиональную литературу с экранов). В 2017 г. треть россиян скачивает и / или читает цифровые книги (в 2009 г. этот показатель, по данным ВЦИОМ, составлял 5%),

хотя старшее поколение 60+ предпочитает бумажные книги художественных жанров. Эти же возрастные группы прочитывают самое большое количество книг (по данным за 2019 г. — до 7 книг, а те, кто не пользуется Интернетом, — до 9 книг за три месяца). В среднем в 2017 г. респонденты читали 6,49 книг (в 2011 г. это количество составляло 3,94 единицы). Интересно, что покупка книг больше распространена, чем их чтение. Если в 2019 г. назвали себя читающими 53%, то покупающими книги — 88%, хотя при ограничении временного периода совершения покупки одним годом число купивших книгу оказалось гораздо ниже — 50% (Читать или не читать? 2017; Бумага против экрана 2018; Книголюб... 2019).

Один из последних опросов ВЦИОМ, проведенный в 2022 г. в рамках совместного проекта с сайтом «Комсомольской правды», позволил констатировать, что россияне стали меньше читать, в то время как современный книжный рынок характеризуется разнообразием и авторов, и жанров. В отличие от данных более ранних опросов, сегодня говорят, что читают книги уже 92% респондентов. В числе наиболее часто выбираемых жанров — художественная литература (61%), специализированная (33%) и научно-популярная литература (31%). Дифференциация жанрово-тематических предпочтений особенно выражена по полу, возрасту и образованию, в меньшей степени — по потребительским возможностям и урбанизации. Массовое книжное чтение заменяется широким разнообразием форматов: аудиокниги, бумажные, электронные книги, приложения на экране компьютера или мобильных гаджетов. Бумажные книги остаются востребованными читателями всех возрастов. И хотя цифровое чтение, как и прежде, остается прерогативой молодежи, более старшие группы постепенно вовлекаются в способы чтения, альтернативные бумажным. Чаще других со смартфонов читают те, кто вовлечен в активные интернет-практики: молодые люди, люди активного трудоспособного возраста. Однако различия невелики: особенность нынешнего состояния практик чтения заключается в том, что выделить социально-демографическую группу «лидеров книжного чтения» практически невозможно: ни показатели урбанизации территорий, ни принадлежность к тому или иному поколению, ни социальный статус не определяют читательский профиль, что авторы опроса объясняют глобализацией информационного пространства. Так, отвечая на вопрос о том, какими носителями пользовались читатели в последнее время, респонденты в 58% случаев указали бумажные книги и 71% — компьютеры и мобильные электронные гаджеты (Книжная культура... 2022).

По данным Mediascope, в 2022 г. доля «цифровых читателей» сократилась по отношению к 2020-му с 67,5 до 59%. Любопытно, что существуют определенные возрастные различия в интернет-поиске книг. Молодые читатели чаще ищут конкретные названия. Люди в возрасте от 35 до 54 лет, зная, что жанров не так много, а сюжетов вообще считаное число, ищут жанры. Читатели старше 55 лет предпочитают конкретных авторов (Исследование Mediascope... 2022).

В целом, как показал обзор эмпирических исследований, набор индикаторов, отражающих специфику практик чтения, достаточно устойчив и воспроизводится в работах по крайней мере последних 20 лет. Это частота и продолжительность чтения, предпочитаемые жанры и авторы, частота покупки книг и средние ежемесячные затраты, используемый тип носителя — бумажный / электронный. Отдельный блок вопросов может быть посвящен коммуникациям по поводу книг и прочитанного: каналы получения информации о книгах, каналы получения и дальнейшей передачи книг (или их отсутствие и хранение в домашних библиотеках), практики обсуждения книг с ближайшим социальным окружением.

Результаты эмпирического исследования

Опрос проводился с использованием online-анкеты среди жителей Санкт-Петербурга. Общее количество респондентов, принявших участие в пилотажном исследовании, — 104 человека, распределенных на две возрастные группы: группа 1 — молодежь 18–30 лет (63 человека) и группа 2 — представители более старших возрастных групп — 31–60 лет (41 человек). Такое разделение обусловлено намерением проверки существующих представлений о том, что родившиеся после 1990 г. — поколение «интернет-жителей» — в большей степени привержены практикам использования цифровых носителей информации. В первой группе 53,9% женщин и 46,1% мужчин, во второй группе — 60,9 и 39,1% соответственно.

Основные места чтения для опрошенных всех возрастов — дома (84,1% молодежи и 90,2% представителей старших возрастов), в общественном транспорте (53,8 и 46,3% соответственно), в парке, на улице (41,3 и 41,4% соответственно). Около четверти респондентов читают на работе (28,6% молодежи и 26,8% в более старших группах). Молодые люди практически не посещают библиотеки, тогда как пятая часть респондентов старших возрастных групп (21,9%) предпочитают читать в библиотечной тишине.

Частота чтения / прослушивания книг в группе молодежи 18–30 лет в 44,4% случаев составляет раз в неделю, 19,0% опрошенных читают ежедневно и почти ежедневно, 15,8% — реже раза в месяц и почти никогда не читают. В группе опрошенных представителей старших возрастов ежедневно читают 51,2% респондентов, 19,5% — раз в неделю, 7,3% респондентов отнесли себя к редко читающим — менее раза в месяц и почти никогда (рис. 1).

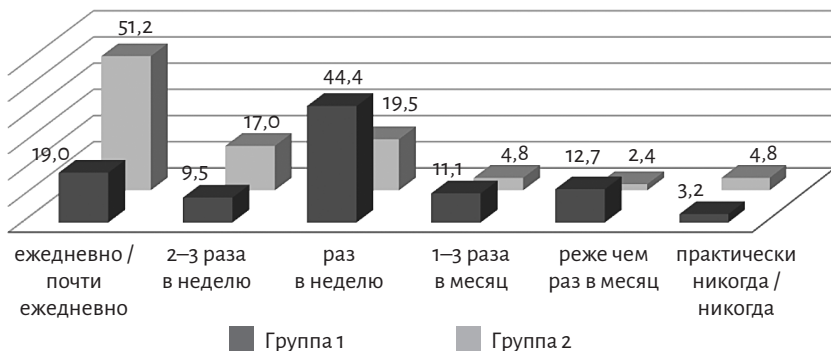


Рис. 1. Частота чтения / прослушивания книг в возрастных группах 18–30 лет (группа 1) и 31–60 (группа 2) (% от числа опрошенных в каждой группе)

Для оценки продолжительности чтения респондентам предлагалось поставить цифру по шкале от одного до пяти, где 1 — «наименьшая», а цифра 5 — «наибольшая», в результате оказалось, что в первой группе большинство респондентов (61,9%) выбрали вариант ответа 1 и 2 (посвящают чтению наименьшую часть дня), а во второй группе (68,3%) — варианты — 4 и 5 (посвящают чтению наибольшую часть дня). Таким образом, опрошенные нами респонденты более старших возрастов читают чаще и дольше, чем молодые люди.

Заслуживающим отдельного исследования является вопрос о степени воздействия возрастного и образовательного факторов на частоту и продолжительности чтения. Мы не исключаем того, что возрастные и гендерные особенности групп могут в большей степени предопределять частоту чтения, чем образовательные, учитывая, что в числе представителей второй группы больше женщин, чем мужчин, и существенно меньше людей с уровнем образования выше среднего. В группе молодежи большинство опрошенных имеют высшее образование (рис. 2).

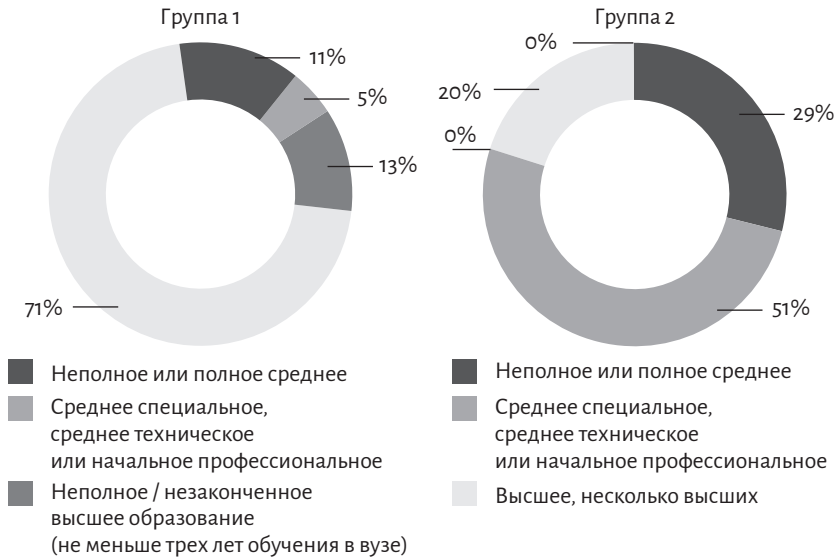


Рис. 2. Уровень образования респондентов в возрастных группах 18–30 лет (группа 1) и 31–60 (группа 2) (% от числа опрошенных в каждой группе)

В то же время наличие в первой группе студентов вузов, продолжающих обучение, и молодых специалистов объясняет спрос на учебную и справочную (49,1%) литературу, менее популярна художественная литература (30,2%), научная и научно-популярная литература (23,8% опрошенной молодежи), документальная проза (19,0%). Представители этой группы практически не читают мемуарную прозу и техническую литературу — эти жанры указали в качестве предпочитаемых по 9,5% респондентов. В группе людей 31–60 лет обычно читают художественную (60,9%) и мемуарную (56,1%) литературу, более трети опрошенных указали техническую литературу (34,1%) (рис. 3), что отчасти может объясняться существенным количеством людей со средним специальным образованием.

Почти треть респондентов (26,8%) — представителей старших возрастов — состоят в читательских сообществах (в группе молодежи — 9,5%), однако, как и более молодые читатели, о новинках, как правило, узнают от друзей и знакомых и из социальных сетей¹. Мнение литературных критиков и «книжных» блогеров оказывается

¹ Респондентам предлагалось выбрать не более трех вариантов ответа, поэтому сумма долей в каждой группе превышает 100%.

для читателей практически не важно (рис. 4). Для большинства молодежи (87,3%) имя автора тоже не является фактором, определяющим выбор книги. В группе старших возрастов ситуация иная: в 58,5% читатели покупают книги конкретных авторов.

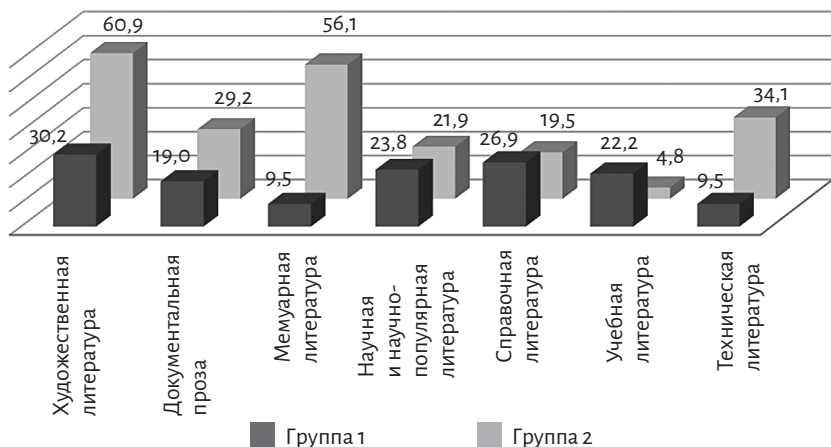


Рис. 3. Предпочитаемые литературные жанры
(% от числа опрошенных в каждой группе)

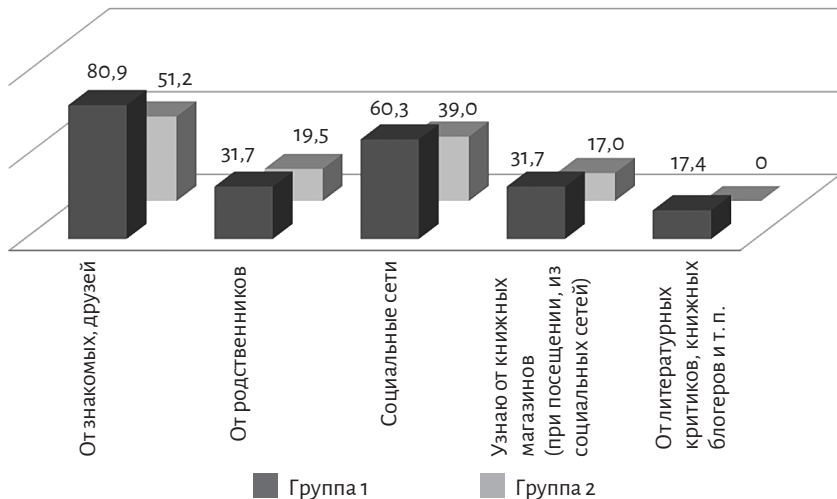


Рис. 4. Источники информации о книжных новинках
(% от числа опрошенных в каждой группе)

В качестве носителя литературного текста молодежь чаще использует цифровые устройства (58,73%), предпочитая экранное чтение или прослушивание аудиокниг. Вторая группа читателей предпочитает традиционные бумажные книги (70,7%), значительно реже использует электронные устройства и практически не слушает аудиокниги (рис. 5).

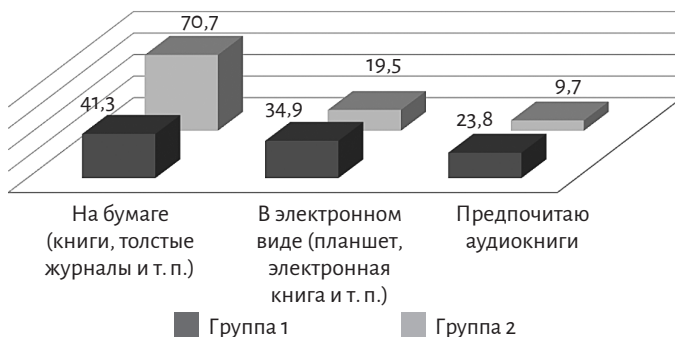


Рис. 5. Предпочитаемые носители литературных текстов (% от числа опрошенных в каждой группе)

Как правило, читатели покупают книги в магазинах (95,2% представителей первой группы и 85,4% — второй). Для группы молодежи более свойственно использовать цифровые сервисы (и покупка книг на сайтах издательств и на электронных торговых площадках, и безвозмездное скачивание). Более старшие читатели используют дружеские сети для получения книг (60,9%), использование цифровых сервисов оказывается значительно менее популярным во второй группе, чем получение книг через непосредственный контакт с их обладателем (рис. 6)¹.

Основная масса опрошенных за последние полгода купили не более 1–2 книг (49,2% в группе молодежи и 65,8% представителей более старших возрастов), значительно меньше тех, кто приобрел 3–4 книги (26,9 и 14,6% соответственно). Большинство читателей в группе молодежи (84,1%) готовы тратить на покупку одной книги до 800 рублей, для представителей старших возрастов такая стоимость кажется высокой, в 63,4% случаев опрошенные из второй возрастной группы считают приемлемой цену до 600 рублей за книгу.

После прочтения книги большинство всех респондентов предпочитают оставить книгу себе, сохранив в домашней библиотеке, представители

¹ Респондентам предлагалось выбрать не более трех вариантов ответа, поэтому сумма долей в каждой группе превышает 100%.

старших возрастов могут отдавать книги родственникам, друзьям (21,9%), передавать в библиотеки (21,9%). Молодежь практически не обращается в библиотеки, оставляя прочитанную литературу в буккроссинге (рис. 7).

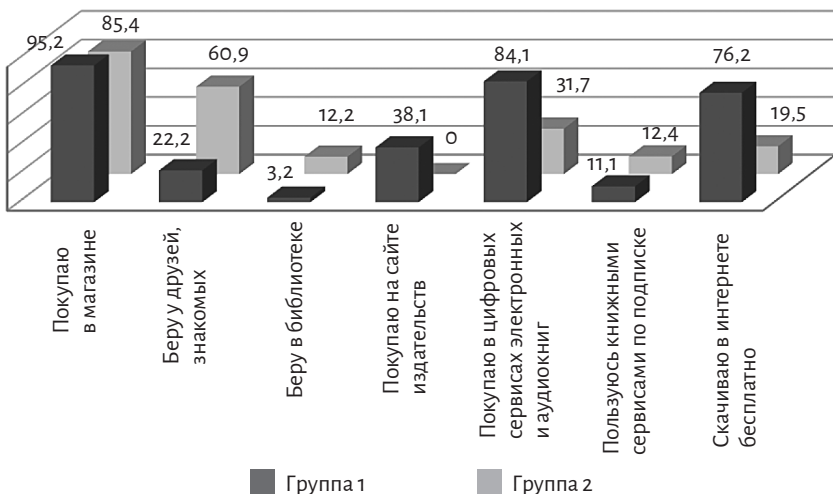


Рис. 6. Источники получения книг
(% от числа опрошенных в каждой группе)

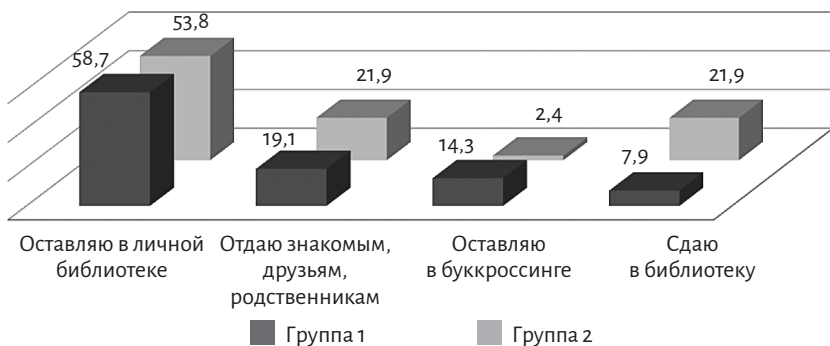


Рис. 7. Судьба прочитанных книг
(% от числа опрошенных в каждой группе)

Содержание книг большинством опрошенной молодежи (53,9%) ни с кем не обсуждается, треть всех респондентов делятся впечатлениями с друзьями. Интересно, что более старшие читатели обсуждают книги

с родственниками (29,3%), тогда как молодежь не включает близких в число тех, с кем они готовы делиться впечатлениями (рис. 8). Вероятно, это обусловлено возрастной спецификой жанровых предпочтений, хотя возможны и другие причины, заслуживающие дальнейшего исследования.

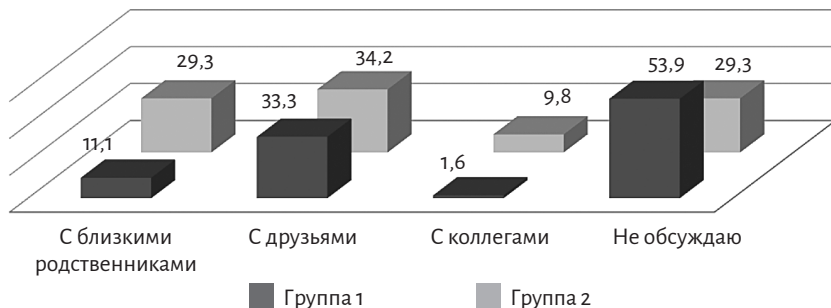


Рис. 8. С кем читатели обсуждают прочитанные книги
(% от числа опрошенных в каждой группе)

В целом проведенное пилотажное исследование позволило обозначить перспективы для дальнейшей работы. В частности, остается неясной степень влияния гендерных, возрастных, образовательных факторов на структурирование практик чтения, их частоту, жанровые предпочтения читателей. Не менее интересны для последующего изучения и особенности выявленных стратегий взаимодействия с социальным окружением (представителями субкультурного сообщества читателей), практики включения / исключения членов родственных сообществ из процессов трансляции полученной информации, их зависимость от специфики межпоколенных отношений. Важнейшим направлением может стать и разработка практических рекомендаций (адаптированных к текущей информационно-коммуникационной реальности) для библиотечных комплексов, в задачи которых входят сохранение и передача культурного наследия последующим поколениям.

Заключение

Информационно-коммуникационная революция привела к значительным изменениям в практиках чтения. Распространение цифровой литературы позволило неизмеримо преумножить ее количество, увеличить доступность образцов мирового литературного наследия. Вместе с тем радикальные, революционные изменения произошли и в мировоззрении

людей, и в способах освоения измененной реальности. Современный читатель стал мерой успешности авторов, экспертом и ретранслятором смыслов, предлагаемых на его суд.

Изменения социокультурного пространства обостряют восприятие межпоколенных различий, обусловленных разницей в условиях социализации и способностях / возможностях / желании дальнейшей адаптации к переменам, к новым конфигурациям культуры, ее технологических и коммуникативных оснований. Возникает ряд социальных проблем, обусловленных «инаковостью» молодежи, появлением новой «нормальности» ее бытия и коммуникативных разрывов с реальностью.

Активное обсуждение этих проблем происходит в рамках двух основных подходов — философско-культурологического, для которого не характерен поиск эмпирических референтов и дальнейших путей практического применения теоретических моделей, и прагматико-прикладного — как правило, сводимого к описанию существующих тенденций культурного потребления, не ставящего перед собой задачи концептуального обоснования, проецирования и обобщения полученных результатов на теоретических уровнях. Именно поэтому продолжение исследований читательских практик, безусловно, имеет дальнейшие перспективы, в том числе и в предлагаемых нами направлениях.

Источники

Артамонов В. Сужающееся пространство книг [Электронный ресурс] // Литературная газета. — 2015. — 17–23 дек. — URL: <https://lgz.ru/article/-50-6536-17-12-2015/suzhayushcheesya-prostranstvo-knig/> (дата обращения: 28.08.2023).

Баринов Д. Н. Трансформация читательских практик в современном российском обществе // Культура и искусство. — 2014. — Т. 6, № 24. — С. 660–667. — DOI: 10.7256/2222-1956.2014.6.13212.

Бумага против экрана // ВЦИОМ [сайт]. — URL: <https://old.wciom.ru/index.php?id=236&uid=9343> (дата обращения: 28.08.2023).

Дубин Б. В., Зоркая Н. А. Чтение в России — 2008. Тенденции и проблемы. — М.: Межрегиональный центр библиотечного сотрудничества, 2008. — 80 с.

Илле М. Книжный рынок Петербурга // Телескоп: наблюдения за повседневной жизнью петербуржцев. — 2004. — № 1. — С. 1–9.

Исследование Mediascope: поиск книг в интернете [Электронный ресурс]. — 2022. — URL: <https://mediascope.net/news/1478588/> (дата обращения: 28.08.2023).

Каргаполова Е. В., Давыдова Ю. А., Дьякова В. В., Симоненко М. А. Динамика читательских практик современного российского студенчества:

социологический анализ // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. — 2022. — Т. 15, № 1. — С. 258–275. — DOI: 10.15838/esc.2022.1.79.14.

Маньковская Н. Б. Париж со змеями. (Введение в эстетику постмодернизма). — М.: ИФРАН, 1995. — 220 с.

Назаров М. М., Ковалев П. А. Изменение медиасреды и современные практики чтения // Социологические исследования. — 2017. — № 2. — С. 84–95.

Книжный рынок — 2022: смена приоритетов [Электронный ресурс] // Университетская книга. — 2022. — № 8, окт. — С. 28–34. — URL: <http://www.unkniga.ru/bookrinok/knigniy-rinok/14010-knizhniy-rynok-2022-smena-prioritetov.html> (дата обращения: 28.08.2023).

Книголюб — 2019 // ВЦИОМ [сайт]. — URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/knigolyub-2019> (дата обращения: 09.11.2023).

Книжная культура — 2022 // ВЦИОМ [сайт]. — URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/knizhnaja-kultura-2022> (дата обращения: 09.11.2023).

Красавченко Т. Н. Постмодернизм мертв? Дискуссии в англоязычной критике. (Обзор) // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 7: Литературоведение: Реферативный журнал. — 2018. — № 3. — С. 207–217.

Павлов А. В. (а). Образы современности в XXI веке: автомодернизм // Философские науки. — 2018. — № 10. — С. 97–113.

Павлов А. В. (б). Образы современности в XXI веке: диджимодернизм: рецензия на книгу Алана Кирби // Философия. Журнал высшей школы экономики. — 2018. — № 2. — С. 197–212.

Ратникова Е. А. Об истоках и особенностях постмодернистского плюрализма // Вестник Томского гос. ун-та. — 2013. — № 372. — С. 67–71.

Рост без развития: итоги года от лидеров рынка [Электронный ресурс] // Университетская книга. — 2023. — № 3, апр. — С. 28–31. — URL: <http://www.unkniga.ru/bookrinok/knigniy-rinok/14947-rost-bez-razvitiya-itogi-goda-ot-liderov.html> (дата обращения: 28.08.2023).

Соколов М. М., Соколова Н. А., Сафонова М. А. Статусные культуры, биографические циклы и поколенческие изменения в литературных вкусах читателей петербургских библиотек // ЖССА. — 2016. — № 3. — С. 116–135.

Читать или не читать? // ВЦИОМ [сайт]. — URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/chitat-ili-ne-chitat> (дата обращения: 28.08.2023).

Энштейн М. Н. Постмодерн в России: литература и теория. — М.: Литературно-издательское агентство Р. Элинина, 2000. — 386 с.

Kirby A. Digimodernism. How new technologies dismantle the postmodern and reconfigure our culture. — New York; London: Continuum, 2009.

Wilson T. D. The e-book phenomenon: a disruptive technology // Libellarium Journal for the Research of Writing Books and Cultural Heritage Institutions. — 2014. — Vol. 6, no. 1–2. — P. 1–19. — DOI:10.15291/libellarium.v6i1-2.180.

References

- Artamonov V. Suzhayushcheesya prostranstvo knig [Narrowing book' space]. *Literaturnaya gazeta*, 2015, 17–23 dek. URL: <https://lgz.ru/article/-50-6536-17-12-2015/suzhayushcheesya-prostranstvo-knig/> (access date: 28.08.2023). (In Russ.)
- Barinov D. N. Transformatsiya chitatel'skikh praktik v sovremennom rossijskom obshchestve [Transformation of reading practices in the contemporary Russian society]. *Culture and art*, 2014, vol. 6, no. 24, pp. 660–667. DOI: 10.7256/2222-1956.2014.6.13212. (In Russ.)
- Bumaga protiv ekrana [Paper vs Screen]. VCIOM. URL: <https://old.wciom.ru/index.php?id=236&uid=9343> (access date: 28.08.2023). (In Russ.)
- Chitat' ili ne chitat'? [To read or not to read?]. VCIOM. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/chitat-ili-ne-chitat> (access date: 28.08.2023). (In Russ.)
- Dubin B. V., Zorkaya N. A. *Chtenie v Rossii — 2008. Tendencii i problemy* [Reading in Russia]. Moscow, Mezhrregional'nyj centr bibliotechnogo sotrudnichestva, 2008, 80 p. (In Russ.)
- Epshtejn M. N. *Postmodernizm v Rossii: literatura i teoriya* [Postmodernity in Russia: literature and theory]. Moscow, Literaturno-izdatel'skoe agentsvo R. Elinina, 2000, 386 p. (In Russ.)
- Ille M. Knizhnyj rynek Peterburga [Saint-Petersburg' Book market]. *Teleskop: nablyudeniya za povsednevnoj zhizn'yu peterburzhcev*, 2004, no. 1, pp. 1–9. (In Russ.)
- Issledovanie Mediascope: poisk knig v internete [Mediascope research: Web-search of books]. 2022. URL: <https://mediascope.net/news/1478588/> (access date: 09.11.2023). (In Russ.)
- Kargapolova E. V., Davydova Yu. A., D'yakova V. V., Simonenko M. A. Dinamika chitatel'skikh praktik sovremennogo rossijskogo studentchestva: sociologicheskij analiz [Dynamics of reading practices of modern Russian students: sociological analysis]. *Ekonomicheskie i social'nye peremeny: fakty, tendencii, prognoz*, 2022, vol. 15, no. 1, pp. 258–275. DOI: 10.15838/esc.2022.1.79.14. (In Russ.)
- Man'kovskaya N. B. *Parizh so zmejami. (Vvedenie v estetiku postmodernizma)* [Paris with snakes (Introduction to Postmodern Aesthetics)]. Moscow, IFRAN, 1995, 220 p. (In Russ.)
- Nazarov M. M., Kovalev P. A. Izmenenie mediasredy i sovremennye praktiki chteniya [Media environment changes and the contemporary reading practices]. *Sociologicheskie issledovaniya*, 2017, no. 2, pp. 84–95. (In Russ.)
- Kirby A. *Digimodernism. How new technologies dismantle the postmodern and reconfigure our culture*. New York, London, Continuum, 2009.
- Knizhnyj rynek — 2022: smena prioritetov [Book Market — 2022: changing priorities]. *Universitetskaya kniga*, 2022, no. 8, pp. 28–34. URL: <http://www.unkniga.ru/bookrinok/kniginyrinok/14010-knizhnyj-rynok-2022-smena-prioritetov.html> (access date: 28.08.2023). (In Russ.)
- Knigolyub — 2019. [Bibliophile — 2019]. VCIOM. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/knigolyub-2019> (access date: 28.08.2023). (In Russ.)
- Knizhnaya kul'tura — 2022. [Book culture]. VCIOM. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/knizhnaja-kultura-2022> (access date: 28.08.2023). (In Russ.)
- Krasavchenko T. N. Postmodernizm mertv? Diskussii v angloyazychnoj kritike. (Obzor) [Is postmodernism died? Discussions in the English-speaking critic]. *Social'nye i gumanitarnye nauki. Otechestvennaya i zarubezhnaya literatura. Ser. 7, Literaturovedenie: Referativnyj zhurnal*, 2018, no. 3, pp. 207–217. (In Russ.)
- Pavlov A. V. (a). Obrazy sovremennosti v XXI veke: avtomodernizm [Images of modernity in the 21st century: automodernism]. *Filosofskie nauki*, 2018, no. 10, pp. 97–113. (In Russ.)
- Pavlov A. V. (b). Obrazy sovremennosti v XXI veke: didzhimodernizm: recenziya na knigu Alana Kirbi [Images of modernity in the 21st century: digimodernism: review of the book by Alan Kirby]. *Filosofiya. Zhurnal vysshej shkoly ekonomiki*, 2018, no. 2, pp. 197–212. (In Russ.)

Ratnikova E. A. Ob istokah i osobennostyakh postmodernistskogo plyuralizma [On the origins and features of postmodern pluralism]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2013, no. 372, pp. 67–71. (In Russ.)

Rost bez razvitiya: itogi goda ot liderov rynka [Growth without development: results of the year from market leaders]. *Universitetskaya kniga*, 2023, no. 3, April, pp. 28–31 URL: <http://www.unkniga.ru/bookrinok/knigniy-rinok/14947-rost-bez-razvitiya-itogi-goda-ot-liderov.html> (access date: 28.08.2023). (In Russ.)

Sokolov M. M., Sokolova N. A., Safonova M. A. Statusnye kul'tury, biograficheskie cikly i pokolencheskie izmeneniya v literaturnykh vkusakh chitatelej peterburgskih bibliotek [Status cultures, biographical cycles and generational changes in the literary tastes of readers of St. Petersburg libraries]. *ZHSSA*, 2016, no. 3, pp. 116–135. (In Russ.)

Wilson T. D. The e-book phenomenon: a disruptive technology. *Libellarium. Journal for the Research of Writing Books and Cultural Heritage Institutions*, 2014, vol. 6, no. 1–2, pp. 1–19. DOI: 10.15291/libellarium.v6i1-2.180.

Бояркина Саня Исааковна, кандидат социологических наук, доцент Высшей школы медиакоммуникаций и связей с общественностью, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого (СПбПУ), старший научный сотрудник СИ РАН — филиала ФНИСЦ РАН, Санкт-Петербург, Россия.
s.boyarkina@mail.ru

Титов Вадим Игоревич, магистрант Высшей школы медиакоммуникаций и связей с общественностью, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия.
Vadique_t@mail.ru

Boyarkina Saniya I., Candidate of Social Sciences, Associate Professor of the Higher School of Media Communications and Public Relations, Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University (SPbPU), Senior Researcher of the SI RAS — branch of the Federal Scientific Research Center of the Russian Academy of Sciences, St. Petersburg, Russian Federation.
s.boyarkina@mail.ru

Titov Vadim I., magister program student at the Higher School of Media Communications and Public Relations, Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, St. Petersburg, Russian Federation.
Vadique_t@mail.ru