

Екатерина Асонова, Любовь Борусяк



МОСКВА, В КОТОРОЙ МОЛОДЫЕ ЧИТАЮТ

Статья знакомит с анализом результатов опроса¹ московской молодежи о ее досуговой и читательской активности и удовлетворенности инфраструктурой чтения в столице.

Всего в опросе приняли участие 1141 человек: 84 % девушек и 16 % юношей. Девушки и женщины читают значительно больше, чем лица мужского пола, а потому и коммуникация по поводу чтения для них существенно более значима. 41% респондентов – молодежь 14-17 лет, 45,5 % – 18-20 лет, 7,3 % – 21-25 лет и 6,2 % – 26-30 лет. Основная часть респондентов – это школьники и студенты университетов и колледжей столицы. Среди участников есть представители всех округов Москвы, причем распределены они достаточно однородно.

В основном в опросе принимали участие те молодые люди, для которых чтение имеет высокую ценность. Неслучайно 81% респондентов указали, что любят читать. Это существенный плюс для исследования, поскольку показывает не гипотетические, а реальные оценки качества читательского пространства в городе, данные заинтересованной молодежью.

1 Опрос проводился Лабораторией социокультурных образовательных практик Института системных проектов МГПУ в рамках выполнения государственного задания по теме исследовательского проекта «Разработка и апробация технологии развития инфраструктуры чтения детей и молодежи в мегаполисе» с 22 января по 16 апреля 2018 года на интернет-ресурсе SurveyMonkey.

Досуговое поведение и читательская активность

Чтение – важная форма проведения досуга для основной части молодых респондентов. Тем не менее это только одна из форм, конкурирующая со многими другими. Молодые люди смотрят фильмы и сериалы (63 %), гуляют, слушают музыку (61 %), занимаются спортом и творчеством (59 %), но находят время и для чтения. И это притом, что у современной молодежи весьма ограниченный запас свободного времени – они учатся, работают, и, как правило, в достаточно напряженном режиме.

Досуговая активность различается в зависимости от возраста респондентов. Школьники и студенты больше времени общаются с друзьями, занимаются спортом, танцуют, а молодежь постарше чаще посещает кинотеатры и концерты. Характерно, что школьники читают меньше, чем более старшие участники опроса: среди 14-15-летних участников исследования лишь 42 % указали, что в свободное время читают книги; среди 16-17-летних их половина; среди тех, кому исполнилось 18-20 лет (это в основном студенты), – 63 %, 21-25 лет – 68 %, 26-30 лет – 75 %. По-видимому, школьники разделяют обязательное чтение, чтение по программе и чтение досуговое. Первое – это необходимая часть учебного процесса, где нет выбора, второе – это чтение «для себя», для своего удовольствия, на которое из-за не-

обходимости читать произведения по программе остается мало времени.

Половина респондентов в среднем читает в день меньше одного часа, но есть и очень активные читатели, которые уделяют этому больше двух часов в день, — 14%. При этом 3/4 хотели бы читать больше и только 11,6% сообщили, что уделяют чтению достаточно времени. В основном хотели бы читать больше те, кто тратит на это лишь 30 минут в день. Абсолютное большинство тех, кто хотел бы читать больше, указали, что у них не хватает времени, они слишком заняты другими делами.

То, что ценность чтения для молодых москвичей, принявших участие в исследовании, высока, подтверждает их ответ на вопрос, нужно ли читать художественную литературу:

- 55 % полагают, что читать надо обязательно;
- 35,5 % — скорее нужно, чем нет;
- 4 % не видят в этом особой необходимости;
- 5,5 % не определились с ответом.

На вопрос, почему люди мало читают, были даны такие ответы:

- не хватает времени (86,6 %);
- чтение проигрывает таким популярным занятиям, как телевизор и компьютер (практически все опрошенные) (93,2 %);

Москва, в которой молодые читают

- книги стоят дорого (72 %);
- родители и школа не прививают детям интерес к чтению (около 60 %);
- библиотеки не привлекательны для современных читателей (54 %);
- сложно найти интересные книги (47 %).

Выбор книг для чтения и последующее их обсуждение

Абсолютное большинство респондентов выбирают те книги, которые им интересны (3/4). Значительно меньше тех, кто при выборе ориентируются на круг чтения друзей и знакомых (10 %). Всего 7 % ответили, что читают те книги, которые надо прочитать обязательно. Это означает, что среди представителей их референтной группы сложилось мнение, что есть список книг, обязательных для прочтения.

Больше всего ориентируются на круг чтения друзей и знакомых самые младшие участники исследования – подростки 14-15 лет. Среди них 17,2 % делают выбор, ориентируясь на референтную группу, а не на свои предпочтения. Только среди представителей этой группы есть ответы, что они читают в основном те книги, на основе которых сняты художественные фильмы и сериалы.

Большинство молодых читателей при выборе книг пользуются какими-то рекомендациями. Ре-

гулярно обращается за помощью при выборе книг каждый пятый участник опроса, делают это время от времени 2/3 респондентов. Только 11 % указали, что всегда принимают решение самостоятельно.

Чаще всего за советами обращаются к друзьям и знакомым, половине участников помогают советами родители, бабушки, реже – школьные учителя и преподаватели вузов. Для немалой части молодежи важную роль при выборе книг играют авторы книжных пабликов в соцсетях и книжные (видео) блогеры. А вот роль консультантов книжных магазинов и библиотекарей минимальна.

Выбравшие вариант ответа «другое» указали, что они ориентируются на советы и мнения авторитетных для них людей, литературных критиков, писателей, журналистов. Были и те, для которых ориентиром являются рейтинги книжных продаж. Интерес к мнению литературных обозревателей, рейтингу продаж и пр. характерен как раз для 21-30-летних.

Большинству участников опроса этих советов и рекомендаций достаточно, чтобы сделать выбор, – 75,2 %. Впрочем, тех, кому этого мало, и затруднившихся оценить все же достаточно – по 12,4 %. При этом доля тех, кому рекомендаций не хватает, растет с возрастом – от 8 % у 14-15-летних подростков до 15% у самой взрослой группы.

Среди ответов на вопрос, чьих советов при выбо-

ре книг им не хватает, участники чаще всего называли писателей, критиков, книгоиздателей, учителей и преподавателей, то есть тех, чье мнение они считают квалифицированным, экспертным, в отличие от советов друзей и родителей.

Чаще всего книги для чтения молодые москвичи приобретают в книжных магазинах (61,7 %), берут из своего книжного шкафа (39,5 %) или скачивают из интернета (27,5 %), в том числе берут в электронных библиотеках (39 %) (респонденты могли выбрать три варианта ответа).

Четверть опрошенных берут книги у друзей, только каждый шестой получает книги в подарок. Городские библиотеки, к сожалению, оказались аутсайдерами – там берут книги только 11,8 %. В интернете (скачивают, берут в электронной библиотеке, покупают) чаще остальных находят книги самые взрослые участники опроса, но они почти не обращаются за книгами к друзьям, знакомым, родственникам.

Для большинства молодых московских читателей важно не только познакомиться с книгой, но и обсудить ее с другими. Сам процесс коммуникации с книгой включает несколько этапов:

- 1) выбор книги, при котором для большинства молодых читателей важны чьи-то советы и рекомендации;

- 2) собственно знакомство с текстом;
- 3) последующее обсуждение с другими людьми, в ряде случаев рекомендации кому-то из них прочитать книгу.

82 % участников опроса сообщили, что обсуждают прочитанное с другими людьми, причем доля таких ответов растет от 76 % у 14-15-летних школьников до 92 % у людей 26-30 лет.

Книжные магазины и библиотеки

Выше отмечалось, что чаще всего книги столичные молодые читатели покупают в книжных магазинах. О том, что такие покупки совершают время от времени, сообщили 77,5 % участников, то есть абсолютное большинство. Никогда не делают таких покупок только 18,2 % (остальные 4,3% не смогли вспомнить, были ли они в книжном магазине). При этом среди тех, кто делает такие покупки, примерно в равном количестве представлена молодежь разных возрастов.

Не реже раза в месяц приходит в магазины за книгами треть молодых покупателей, от одного раза в два-три месяца до двух раз в год – 53 %, реже – 14 %.

Конечно, главное, чего ждут покупатели от книжного магазина, – богатый выбор книг (76 %) и приемлемые цены (75 %) – это важно более чем для 3/4 опрошенных. Удобная организация поиска книг важна для 32 %, наличие интересных новинок

Москва, в которой молодые читают

– для 31 %. А компетентность продавцов-консультантов и интересные мероприятия и вовсе имеют значение для очень небольшой части молодых покупателей.

При этом цены гораздо меньше волнуют 14-15-летних, чем всех остальных. Только 57 % из них отметили, что цены важны при выборе магазина. Это в основном школьники 7-8-х классов. Для подростков постарше, старшеклассников цены уже важнее (70 %), поскольку деньги на книги им по-прежнему дают родители и делать покупки они должны исходя из имеющихся средств. В качестве любимых книжных магазинов, где цены наиболее доступны, чаще всего называют сеть «Читай-город».

А вот наличие интересных новинок для самых юных важнее, чем для представителей более старших групп – половина из них приходит в магазин за новыми книгами. Если среди школьников на важность большого разнообразия книг в магазине указали менее 3/4 опрошенных, то среди более старших – свыше 4/5.

Абсолютное большинство участников положительно ответили на вопрос, есть ли в Москве книжные магазины, которые им нравятся: 78,7 % против 5,9 %, у которых таких магазинов нет и 15,4 % затруднившихся ответить. Почти 2/3 таких магазинов находятся в центре города, а почти половина ре-

спондентов отметила, что любимый магазин расположен недалеко от их дома.

Что касается использования библиотечных ресурсов, 3/4 респондентов сообщили, что недалеко от их дома есть библиотека, где можно взять книги. Дали отрицательный ответ только 10 %, а 15 % не знают, есть ли по соседству библиотека. При этом только 27 % участников пользуются ближайшей библиотекой, а 73 % не являются ее читателями. Причем среди школьников ходят в районную библиотеку больше трети, у тех, кто окончил школу, интерес к районным библиотекам гораздо ниже: среди 26-30-летних число пользователей библиотек составляет только 15,7 %.

Значительную часть опрошенных составляют школьники и студенты. В каждой школе и в каждом университете есть библиотека. Что касается студентов, то 94 % из них указали, что такая библиотека действительно существует. Пользуются ею 2/3 опрошенных. Что касается школьников, то с ними ситуация сложнее. Только 80 % 14-15-летних и 88 % 16-17-летних указали, что в школе есть библиотека. По-видимому, полагающие, что библиотеки нет, воспринимают школьную библиотеку только как место, где выдают и собирают учебники. Среди указавших, что библиотека есть, ею пользуется 61,5 %, не пользуются 38,5 %.

Отвечая на вопрос, есть ли в городе библиотеки,

которые им нравятся, положительный ответ дали 39,4 % респондентов, отрицательный – 18,1 %, а относительное большинство (42,5 %) не смогли ответить, то есть никогда об этом не задумывались. Среди тех, у кого есть любимая библиотека, а их оказалось 314 человек (это 27,5 % от всех опрошенных), только 27,7 % назвали районные библиотеки, 7,3 % – библиотеки вузов и школ. В то же время в качестве любимой библиотеки 30,6 % назвали РГБ, которую по-прежнему называют Ленинкой, 8,6 % – Российскую государственную библиотеку для молодежи, по 8 % – Библиотеку им. Ф.М. Достоевского и ВГБИЛ, 5,4 % – Библиотеку-читальню им. И.С. Тургенева.

Читающая и пользующаяся библиотеками молодежь ценит:

- большой книжный фонд (40 %);
- наличие книжных новинок (27 %);
- удобное расположение (26 %);
- открытый доступ к книгам (27 %);
- доброжелательную атмосферу (19 %);
- интересные книжные события (2,8 %);
- возможность пообщаться с другими читателями (1,6 %).

Другие книжные пространства

Нужны ли в городе другие книжные пространства, помимо библиотек? Какими видит моло-

дежь места в городе, где можно читать? Отметим, что пространства для чтения респонденты понимают двояко. С одной стороны, это места, где молодежь реально чаще всего и больше всего читает. С другой, специально созданные в городе места для чтения. Места, где молодежь читает, это прежде всего дом и транспорт, причем в транспорте читают даже больше, чем дома. Если говорить об общественных пространствах, то больше 3/4 опрошенных полагают, что они нужны. В сумме ответы «очень нужны» и «скорее нужны, чем нет» составили 76,5 %, что очень много, да и почти 30 % уверенных, что такие пространства остро необходимы, – это весьма существенное число ответов. Больше всего положительных ответов у школьников 14-15 лет – 81 %, меньше всего у респондентов 26-30 лет – 66,7 %.

Где больше всего нужны такие читательские пространства? Судя по ответам участников, для них наиболее важна возможность почитать в городских парках, в кафе и антикафе (более 70 %). Другие места называли реже, хотя почти половина ответов о торговых центрах – это очень много. Современный торговый центр – место многофункциональное, где совершают покупки, смотрят фильмы, посещают кафе и пр. И молодежь считает, что будет полезно иметь возможность посидеть там и с книгой.

Почти половина (46,8 %) полагает, что в Москве, помимо библиотек, есть места, где можно почитать книгу или журнал, 14,4 % считает, что таких мест нет, а остальные 34,8 % не смогли ответить определенно. Чаще всего респонденты писали о том, что сейчас можно почитать во многих крупных книжных магазинах (24 %), где есть столы и стулья и можно расположиться для чтения. Обычно при этом называли популярную у читающей молодежи сеть «Читай-город», упоминались и другие магазины (например, «Библио-глобус»), но при этом участники отмечали, что читательские уголки должны быть более просторными и удаленными от книжных полок, чтобы не мешать покупателям, а те в свою очередь не мешали спокойно читать. Называли также магазины-клубы, чаще всего «Гиперион», где не бывает такого количества покупателей, как в крупных магазинах, очень широкий выбор книг и можно удобно расположиться для чтения. Единичных упоминаний удостоились также магазины «Фаланстер» и «Циолковский».

На втором месте по числу упоминаний оказались антикафе (19 %), особенно популярный у молодежи «Циферблат», далее следуют кафе и кофейни, парки (чаще всего называют Парк Горького), общественный транспорт, дом и торговые центры (в основном ТЦ «Мега» в Химках).

Почти каждый десятый из числа ответивших назвал другие места для чтения: преимущественно это парикмахерские и клиники, где клиентам предлагают полистать журналы, а также книжные ярмарки и фестивали. Хотя павильон «Книги» на ВДНХ возник относительно недавно, он уже привлек внимание молодежи, его упоминали как место, отлично организованное для чтения.

Внедомашнее чтение популярно среди читающей молодежи: 85 % участников опроса отметили, что они читают бумажные и/или электронные книги в общественном транспорте, в очереди к врачу, на вокзалах и аэропортах. В современной ситуации, когда жизнь молодежи очень динамична и загружена разными видами деятельности, такое вынужденное свободное время стало временем, когда можно почитать, не отвлекаясь на другие дела.

В Москве регулярно проходят книжные выставки, где можно познакомиться с новинками издательств, приобрести книги, принять участие в различных мероприятиях. Их когда-либо посещали 28 % молодых любителей чтения. Меньше всего их среди старшеклассников – 13 %, больше всего среди 26-30-летних – 43 %. В основном достоинствами книжных выставок-ярмарок считают приятную праздничную атмосферу, широкий ассортимент книг, значительно реже указывают, что нравятся встречи с писателями и другие мероприятия.

В целом ситуацию с такими пространствами в Москве участники исследования оценивают высоко. Отвечая на вопрос «Как Вам кажется, есть ли в Москве все возможности для того, чтобы люди читали то, что им интересно?», 85,4 % ответили, что такие возможности есть или скорее есть, чем нет. Резко отрицательный ответ дали лишь 2,3 %, вариант «скорее нет, чем да» – 6,8 %.

Особо обращает на себя внимание тот факт, что больше половины респондентов уверены: в городе есть все возможности для чтения того, что интересно людям. Этот ответ лидирует у респондентов всех возрастов, особенно велико число таких ответов у тех, кто старше 25 лет, – 63 %, у 14-15-летних – 46 %, но и у них он самый популярный.

Участники нашего исследования любят читать и большинство из них не испытывают недостатка в информации о книгах. Менее продвинутой части московской молодежи требуется больше информации о книгах, в том числе более активное продвижение книг и чтения через интернет, включая контекстную рекламу. Совершенно очевидно, что специально организуемые в библиотеках и книжных магазинах мероприятия не становятся для наших респондентов мотивом к чтению или посещению этих мест.

Молодые москвичи, которые любят читать, полагают, что инфраструктура чтения развита в столице

достаточно хорошо. Так считает 85 % участников исследования.

Большинство из них время от времени покупают книги в книжных магазинах — как в своем районе, так, что еще более популярно, в крупных книжных магазинах в центре города. А главными достоинствами любимых книжных магазинов считают доступные цены и широкий ассортимент.

Сложная ситуация сложилась с библиотеками, особенно районными. С одной стороны, большинство опрошенных знает, что в районе есть библиотека, на недостаточное развитие библиотечной сети жалоб не было. С другой, в районные библиотеки ходит очень незначительная часть молодых читающих москвичей. Гораздо большей популярностью пользуются крупнейшие библиотеки федерального и городского уровня: РГБ, ВГБИЛ, РГБМ, Библиотека им. Ф.М. Достоевского, Библиотека-читальня им. И.С. Тургенева и др. Практически все они расположены в центре.

Хотя во всех школах и вузах есть библиотеки, немалая часть школьников утверждает, что такой библиотеки нет.

Значительная часть опрошенных полагает, что в городе нужны и другие читательские пространства. Самыми популярными местами, где молодые москвичи хотели бы иметь возможность читать книги, являются парки, антикафе, кафе и кофейни. Прозвучало много предложений создать лучшие ус-

Москва, в которой молодые читают

ловия для чтения в книжных магазинах. В качестве удачного примера нового читательского пространства начали называть павильон «Книги» на ВДНХ, магазин «Гиперион» и некоторые магазины сети «Читай-город».

Многие молодые любители чтения полагают, что в торговых центрах должны быть книжные магазины и специальные пространства для чтения. Как удачный пример многократно называли ТЦ «Мега» в Химках.