

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет социальных наук
Кафедра философии и социологии
Направление подготовки 39.03.01 – Социология

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

И.о. зав. кафедрой

Э.И. Тарутина Е.И. Тарутина

« 25 » 06 2021 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему: Социальные особенности потребления книги молодежью

Исполнитель
студент группы 763-об

В.Ю. Гукало 21.06.2021 В.Ю. Гукало

Руководитель
доцент, канд. истор. наук

И.А. Шахова 24.06.2021 И.А. Шахова

Нормоконтроль

И.А. Шахова 29.06.2021 И.А. Шахова

Благовещенск 2021

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет социальных наук
Кафедра философии и социологии

УТВЕРЖДАЮ
И.о. зав. кафедрой
Е.И. Тарутина
подпись И.О. Фамилия

«27» ноября 2020 г.

ЗАДАНИЕ

К выпускной квалификационной работе студента _____

Гукало Вероники Юрьевны _____

1. Тема выпускной квалификационной работы: _____

Социальные особенности потребления книги молодежью

(утверждено приказом от 27.11.2020 № 602/20)

2. Срок сдачи студентом законченной работы (проекта) 21.06.2021 г.

3. Исходные данные к выпускной квалификационной работе: _____

Теоретические положения и выводы в рамках социологической теории потребления, чтения книг.

Результаты эмпирических исследований: анкетирования и глубинного интервью

4. Содержание выпускной квалификационной работы (перечень подлежащий разработке вопросов):

- исторические этапы потребления книги
- социальные особенности потребления книги молодежью
- социальные практики чтения молодежи (на примере г. Благовещенска)
- социальные особенности современного потребления книг различными читательскими группами молодежи (на примере г. Благовещенска)

5. Перечень материалов приложения: (наличие чертежей, таблиц графиков, схем, программных продуктов, иллюстрированного материала и т.п.) _____

Таблиц и диаграмм, визуализирующих эмпирические данные

6. Консультанты по выпускной квалификационной работе (с указанием относящихся к ним разделов)

нет

7. Дата выдачи задания 27.11.2020 г.

Руководитель выпускной квалификационной работы: Шахова Ирина Афанасьевна, канд. истор. наук

Фамилия, Имя, Отчество, ученая степень, ученое звание

Задание принял к исполнению (27.11.2020 г.):

[подпись]
(подпись студента)

РЕФЕРАТ

Выпускная квалификационная работа содержит 144 с., 40 источников, 67 рисунков, 16 таблиц.

КНИГА, МОЛОДЕЖЬ, ПОТРЕБЛЕНИЕ КНИГИ, ЭЛЕКТРОННАЯ КНИГА, СОЦИАЛЬНЫЕ ПРАКТИКИ ЧТЕНИЯ, МОТИВЫ ПОКУПКИ КНИГИ, ЖАНРЫ КНИГ, КНИЖНАЯ ПРОДУКЦИЯ.

Цель: выявить социальные особенности потребления книги молодежью в г. Благовещенске.

Объект исследования: потребление книг как духовной продукции.

Предмет исследования: социальные особенности потребления книги молодежью в г. Благовещенске.

Методы, используемые в выпускной квалификационной работе: синтез, индуктивный, дедуктивный, логический, сравнительный, функциональный методы.

Теоретическая значимость работы состоит в выявлении социальных особенностей потребления книги как духовной продукции.

Практическая значимость работы состоит в возможности использования материалов при изучении социальных особенностей потребления книги как духовной продукции, разработанная в рамках исследования программа может использоваться для повторных исследований, также полученные результаты могут использоваться при преподавании социологии потребления и социологии культур.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1 Историческая социодинамика книги как духовной продукции	9
1.1 Исторические этапы потребления книги	9
1.2 Социальные особенности потребления книги молодежью	12
2 Социальные особенности потребления книги молодежью	22
2.1 Социальные практики чтения молодежи (на примере г. Благовещенск)	22
2.2 Социальные особенности современного потребления книг различными читательскими группами молодежи (на примере г. Благовещенска)	84
Заключение	103
Библиографический список	106
Приложение А Программа эмпирического исследования по теме: «Социальные особенности потребления книг молодежью г. Благовещенска»	110
Приложение Б Программа эмпирического исследования по теме: «Социальные особенности потребления книг различными читательскими категориями молодежи г. Благовещенска»	118
Приложение В Инструментарий исследования (анкета)	125
Приложение Г Инструментарий исследования (гайд)	129
Приложение Д Транскрипты	130

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность проблемы.

Роль книги в обществе неоднозначна, поскольку она выполняет различные социальные функции. Книга – инструмент научно-технического и культурного прогресса, источник знания и просвещения, орудие социальной борьбы. Книга выступает и как идейно-эстетическая ценность, и как ценность материальная, как важнейший предмет духовного потребления, значение которого возрастает по мере развития общества, роста его социально-экономического, политического, культурного, научно-технического уровня. Отсюда следует, что книга является многофункциональной. Значение книги для жизни каждого человека и общества в целом невозможно переоценить. Известно, что книга, как источник и накопитель знаний и опыта, может серьезно повлиять на мировоззрение, обогатить человека, вызвать сильные эмоции, а также породить глубокие чувства и серьезные мысли.

В динамично развивающемся российском обществе роль книг в культурной жизни молодых людей теряет значимость с появлением достаточно развитой системы коммуникации, интернета, СМИ. Значительную часть досуга молодых людей заполняют электронные средства массовой информации – телевидение, видео, игры, посредством которых сегодня формируется внутренний мир молодого человека, его художественные предпочтения, ценностные ориентации, культурные установки. Поэтому крайне слабый интерес молодежи к книгам имеет сегодня четко выраженную проблемную характеристику.

Изучение чтения молодежи – это предмет социологических исследований. Летом 2019 года ВЦИОМ проводил опрос, посвященный теме чтению книг россиянами. Неожиданным результатом стал тот факт, что количество покупаемых книг превышает количество читаемых более чем в полтора раза. Женщины читают больше, чем мужчины, показал опрос. Люди, учившиеся в вузах, читают чаще, чем получившие неполное среднее, среднее или среднее

специальное образование. Самые читающие граждане – это люди 60 лет и старше, которые, к тому же, редко или совсем не пользуются интернетом. Они могут прочесть до девяти книг за три месяца. Меньше всего в России читают в возрасте от 25 до 34 лет – около четырех книг за три месяца. Также данное исследование показало, что молодежь предпочитает читать электронные книги, а читатели постарше – бумажные. Помимо этого, было выявлено, что чуть больше половины опрошенных считают, что книга является хорошим подарком.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что данная тема является очень актуальной.

Степень изученности проблемы:

В отечественной социологии изучение потребительского поведения является относительно новым направлением. В основном исследования потребителей носят маркетинговый характер. Среди ученых, занимающихся изучением потребительского поведения, можно назвать Н.М. Бережного, Н.М. Воловскую, А.И. Идрисову, Б.М. Генкина, А.М. Егорову, М.В. Кольган, М.В. Некрасова, А.А. Одинцова, О.В. Одинцову, О.Н. Рябову, И.Ю. Тимофеев.

Большой вклад в изучение истории книги внесли: Г.А. Буковская, Л.И. Владимиров, М.Е. Ермакова, Ю.А. Масаев, В.О. Старцева, И.К. Стаф.

Исследования потребления книг молодежью представлены М.М. Акулич, К.С. Аммосовой, Д.В. Дрожалиной, Т.В. Морозовой.

Изучение потребительского поведения молодежи основано на трудах зарубежных социологов: Дж. Хоманс, П. Блау, А. Маслоу, К. Роджерс, Г. Зиммель.

Предметная сторона: снижение спроса на книжную продукцию.

Гносеологическая сторона: нехватка информации в области изучения социальных особенностей потребления книг.

Объект исследования: потребление книг как духовной продукции.

Предмет исследования: социальные особенности потребления книги молодежью в г. Благовещенске.

Цель дипломной работы: выявить социальные особенности потребления книги молодежью в г. Благовещенске.

Для достижения заявленной цели поставлены следующие задачи:

1. Проанализировать теоретические основания социологического изучения социальных особенностей потребления книги;
2. Выявить наиболее предпочтительный формат книг у молодежи г. Благовещенска;
3. Выявить мотивы молодежи при чтении и покупке книг в г. Благовещенске;
4. Выявить частоту покупки книг молодежью в г. Благовещенске;
5. Выявить, какие жанры книг пользуются у молодежи наибольшей популярностью в г. Благовещенске;
6. Выявить социальные практики чтения молодежи г. Благовещенска.
7. Выявить причины, по которым молодежь не читает книги.

Гипотеза – основание: с изменением отношения в обществе к книжной культуре и падением престижности чтения меняются его основные характеристики. Сохраняются старые практики (обмен впечатлениями о прочитанной книге, рекомендация книг и т.д.) и появляются новые (меняется место чтения книг, так как молодежь перестала читать в библиотеках, изменяется формат чтения и т.д.) связанные с процессами глобализации и информатизации.

Эмпирической базой послужили результаты онлайн анкетирования жителей г. Благовещенска в количестве 200 человек и глубинного интервью горожан в количестве 9 человек.

В процессе написания дипломной работы были использованы следующие методы: теоретические – анализ, синтез, индукция, дедукция, обобщение; эмпирические – опрос в форме онлайн анкетирования и глубинное интервью.

Апробация работы: отдельные результаты исследования были пред-

ставлены на XXX научной конференции АмГУ «День науки» – 2021; опубликованы в газете АмГУ (№ 8 (217) декабрь 2020 г.).

Теоретическая значимость работы состоит в выявлении социальных особенностей потребления книги как духовной продукции.

Практическая значимость работы состоит в возможности использования материалов при изучении социальных особенностей потребления книги как духовной продукции, разработанная в рамках исследования программа может использоваться для повторных исследований, также полученные результаты могут использоваться при преподавании социологии потребления и социологии культур.

1 ИСТОРИЧЕСКАЯ СОЦИОДИНАМИКА КНИГИ КАК ДУХОВНОЙ ПРОДУКЦИИ

1.1 Исторические этапы потребления книги

О происхождении книги красноречиво говорят ее названия на разных языках. Латинское *liber* означает «лыко», т.е. кора дерева, на которой делались любые виды письма. Английское *book* восходит к слову «бук», одному из названий дерева: на севере Европы для письма использовались деревянные дощечки. Русское слово «книга» связано с тюркским «кюниг» или «кюин», которое происходит от китайского «цзюань» – свиток.

Китайцы раньше всех, еще во II веке нашей эры, научились делать бумагу из старых тряпок – основного материала для изготовления книг.¹ В других цивилизованных странах того времени писали по старинке, на папирусе – высушенных и склеенных стеблях тростника. Для удобства хранения папирус был свернут в свитки. Это были первые книги; самая древняя из сохранившихся относится к периоду правления фараона Нефериркара, жившего в 2400 году до нашей эры.

Папирус было намного удобнее для сохранения информации, чем европейские дощечки, месопотамские глиняные таблички или пальмовые листья, на которых писали в Индии. Однако производился он только в Египте, а в других странах из-за редкости и дороговизны использовался только для записи важных государственных документов. В IX веке до нашей эры купцы из финикийского города Библ начали вывозить папирус в Европу. Об этом напоминает всем известное греческое слово «библией» – книга. Отсюда и

¹ Масаев Ю. А. История книгопечатания – величайшего изобретения человечества / Ю. А. Масаев, В. Ю. Масаев // Вестник Кузбасского государственного технического университета. – 2016. – № 3(115). – С. 150-154.

библиотека – это собрание свитков. В результате каждый уважающий себя древний город обзавелся таким хранилищем.

Распространение христианства дало новый импульс книжному делу. В каждом храме должны были быть Священное Писание и сборники молитв, которые монахи стали массово переписывать. В то же время книга в переплете окончательно вытеснила свиток. Точку в этом процессе поставили христиане, которые подожгли в III веке Александрийскую библиотеку с ее «богопротивными» свитками.

После распада Римской империи папирус стал недоступен на Западе, и европейцам пришлось использовать новый, еще более дорогой материал – пергамент. Его название происходит от города Пергам, где еще во II веке нашей эры пришла идея делать записи на специально выделанной коже животных. Пергамент был прочнее папируса, на нем можно было писать с обеих сторон, причем не хрупким тростниковым стилем, а более прочными и удобными гусиными перьями. А при необходимости можно было смыть старый текст и написать новый.

В средние века производство книг было сосредоточено в монастырских скрипториях, где работало по двадцать – тридцать человек. Обычно самый грамотный из них читал книгу вслух, а остальные переписывали ее с голоса. Было и разделение труда: одни монахи просто копировали тексты, другие переписывали важнейшие книги каллиграфическим почерком. Помимо переписчиков над книгами работали художники.

До XII века скриптории распространяли только духовную литературу, но популярность рыцарских романов вынудила книгоделов переключиться на прозу, поэзию и исторические хроники. Тогда книга вышла за порог монастырей. Если раньше даже короли не умели читать, то теперь монархи без исключения начали собирать библиотеку.

Спрос на книги стремительно рос пропорционально числу грамотных людей, но пергаментные издания по-прежнему оставались предметом роско-

ши. Все изменилось, когда в Европу пришло китайское чудо – бумага.² Кре-
стоносцы обнаружили ее в арабских странах, где не только писали на бумаге,
но и расточительно упаковывали в нее товары. И неудивительно – старые
тряпки были намного дешевле коров. Вскоре европейцы открыли фабрики,
на которых раскатывали сваренную в огромном чане тряпичную массу на
тонкие бумажные листы с помощью специальных валиков.

В XIII веке произошла еще одна техническая революция – появилось
книгопечатание.³ Как и бумагу, его изобрели в Китае. Поначалу книгопеча-
тание одобряли с трудом – переписчики книг, которым грозила безработица,
восстали против него. На Руси они сожгли мастерскую первопечатника Ива-
на Федорова, заставив его бежать в Великое княжество Литовское. Однако в
конце концов печатные книги победили – и не только из-за низкой цены. В
XVI веке, когда в Европе бушевали религиозные войны, брошюры против
Папы Римского разлетались, как горячие пирожки. Не меньшей популярно-
стью пользовались и предсказания астрологов. Все это печатники выпускали
быстро и массово. Охота к чтению превратилась в неизбежное разнообразие
книг. Именно в эти годы начали свою карьеру первые профессиональные пи-
сатели. Однако книги по-прежнему выглядели так же, как в допечатную эпо-
ху, – массивные, тяжелые, с вычурным готическим шрифтом и красными
инициалами. Нововведения пришли из Италии, где в начале XVI века изда-
тель Альд Мануций совершил очередную революцию, заменив старый готи-
ческий шрифт на легко читаемые буквы.

На заре нового времени книжная индустрия выглядела почти так же,
как и сегодня. Издательства располагались в крупных городах, работали с
разрешения властей и находились под контролем цензуры. Они обеспечивали
работу граверов–иллюстраторов, наборщиков, печатников, сшивателей пере-
плетов. Увеличилось количество печатных изданий: помимо обычных книг
появились тонкие брошюры «на злобу дня», листовки с лубочными картин-

² Владимиров Л.И. Всеобщая история книги. – М.: Книга, 1988. – с. 112.

³ Старцева В.О. История книгопечатания в Китае // Социальное и экономическое развитие АТР: проблемы, опыт, перспективы. – 2013. – №1. – С. 111-115.

ками и задорными стихами и даже карманные издания.

Книгопечатание увеличило тиражи книг в тысячи раз, и во столько же выросло количество читателей. Появились первые публичные библиотеки и книжные магазины, а книжные шкафы с книгами появились не только во дворцах знати, но и в домах простых, но не бедных людей.

Однако книги были не только «одноразовыми». Иметь личную библиотеку по-прежнему считалось престижным, и никогда, пожалуй, книжное дело не достигало таких высот, как в XIX веке. Иллюстрации лучших художников, золотое тиснение на обложках, изысканные виньетки, разнообразие шрифтов, дорогая бумага.

Конечно, такой декаданс не мог закончиться хорошо. В России Октябрьская революция временно покончила с книжным искусством, превратив его в пропагандистские брошюры на серой бумаге. Книжное дело спас Горький, который в молодости на заработанные гроши скупал дешевые издания классиков, а потом собрал прекрасную библиотеку.

В первой трети XX века на Западе произошла еще одна книжная революция – на рынок ворвались дешевые книги. Блестяще яркие обложки отодвинули на второй план солидные «переплетные» издания. Последним волей-неволей пришлось подражать своим конкурентам как по яркости, так и по рекламе. И хотя книги стали рекламировать так же, как продукты питания, конкуренции не вышло. И массовая литература, и серьезные книги пострадали от телевидения, которое отняло у них львиную долю их поклонников.

Сегодня в мире ежегодно издается около 800 тысяч наименований книг общим тиражом семь миллиардов. Это в десятки раз больше, чем сто лет назад. Однако все наперебой твердят о кризисе книгоиздания. Причина – появление компьютеров и Интернета, которые сделали большую часть информации, содержащейся в книгах, доступной в электронном виде.

1.2 Социальные особенности потребления книги молодежью

Факторы, влияющие на поведение потребителей, обычно делят на две

группы: факторы внешнего влияния и факторы внутреннего влияния.⁴ Факторы внешнего воздействия включают культуру общества, социальную стратификацию, малые группы и групповые коммуникации, домохозяйство и семью. К факторам внутреннего влияния относят потребности и мотивацию, восприятие и обработку информации, особенности личности, персональные ценности, образ жизни и ресурсы потребителей.⁵

Культура – это понятие, имеющее огромное количество значений в различных сферах человеческой жизнедеятельности.

Для социологии книжного рынка понимание культуры в исследованиях является наиболее важным набором базовых ценностей, концепций, желаний и моделей поведения, которые член общества получает от семьи и других общественных институтов. Другими словами, культура – это проявление на индивидуальном уровне общесоциальных категорий, таких как человечество, нация, этнос и т.д.

В социологии культура в широком смысле слова понимается как специфическая, генетически не наследуемая совокупность средств, способов, форм, образцов и ориентиров взаимодействия людей со средой существования, которые они вырабатывают в совместной жизни для поддержания определенных структур деятельности и общения. В узком смысле культура трактуется в социологии как система коллективно разделяемых ценностей, убеждений, образцов и норм поведения, присущих определенной группе людей. Культура усваивается с детства, формально в школе, неформально дома и на улице.

Говорят также о субкультуре. Это культура довольно большой группы людей, которые являются частью более широкой социальной группы, отличающаяся от культуры последней. Одним из важнейших проявлений субкультуры служат модели поведения, характерные для возрастных, профессиональных и региональных групп, объединенных различными интересами или

⁴ Воловская Н.М., Идрисова, А.И. Факторы, влияющие на поведение потребителей // Экономика и бизнес. – 2020. – №4. – С. 76-79.

⁵ Ермакова С.Э., Багрова Н.А. Влияние трансформации потребительского поведения на деятельность фирмы в эпоху информатизации // Российское предпринимательство. – 2016. – №20. – С. 2655-2670.

идеями. Субкультура – это особенность группы людей с общей системой ценностей, основанной на общем жизненном опыте, включая типичные ситуации,

такие, как национальные, религиозные.⁶ На книжном рынке полезно поискать ответ на вопрос о том, связано ли потребление конкретной книги с этнической и религиозной принадлежностью. «Коран» не обязательно покупается мусульманами. Следует отметить, что интерес к книгам развивается в рамках системы ценностей и форм поведения людей, ориентированных на свою субкультуру.

Культурные и субкультурные влияния определяют круг чтения большинства потребителей книжного рынка. В частности, деление авторов на классиков, современников и т. д. сложилось в связи с развитием нашей культуры, претерпевшей определенные изменения и впитавшей элементы западного образа жизни.

В исследованиях поведения потребителей чаще всего используется набор культурных ценностей США, мирового лидера потребления. Культура потребителей в России изучена гораздо меньше. Этническое разделение населения России непродуктивно, требуются совершенно иные принципы. Например, российский книжный рынок часто делится на региональный рынок и столичный рынок, с большими различиями и дисбалансами на рынке Москвы, крупных городов и периферии, а также с различиями в поведении потребителей. На российском рынке в целом и на книжном рынке в частности, не этнические, а географические, политические, экономические и религиозные факторы оказывают большее влияние.

Следует помнить, что культура не наследуется, а передается через обучение и подражание, главным образом в семье и в школе. Она включает в себя знания, обучение, традиции и технологии, приобретенные в обществе и

⁶ Кольган М.В., Пахоменков А.Е. Исследование поведения потребителей и факторы, влияющие на них // Молодой исследователь Дона. – 2016. – №1(1). – С. 93-96.

усваиваемые в результате социального взаимодействия. Культура передается из поколения в поколение. Но она может и меняться в течении жизни одного поколения. Поэтому культуру следует понимать как основу базовых ценностей, определяемой средой рождения и развития человека, на которую влияют последующие воздействия. А культура потребителя – это познания, убеждения и модели поведения, связанные с потреблением.

Понятие социальной стратификации означает разделение потребителей. Среди них выделяют представителей социальных классов.

Концепция общественного класса претерпела некоторые изменения в российской социологии, но остается одной из важнейших. Общественный класс – это относительно стабильная группа, члены которой имеют общие ценности, интересы и поведение.

В прикладной социологии основными показателями общественного класса являются уровень дохода и социальный статус. При классификации потребителей также используют личностные характеристики – образование и род деятельности.

В исследовании потребителей проводится различие между рабочим, средним и высшим классом. Необходимо также учитывать различия в стратификации потребителей, которые связаны с прожиточным минимумом, распределением доходов и особенностями формирования национальной элиты.

В последнее время большое внимание уделяется изучению образа жизни «новых средних русских». Это наиболее перспективная группа потребителей дорогих услуг, в том числе и книг. Средний класс является основой потребления для здоровой экономики.⁷

Для издателя и продавца книг будет полезно поискать ответ на вопрос, является ли конкретная книга символом принадлежности к определенной социальной группе. В наши дни такими символами являются Библия, роман «Парфюмер». В XIX в. такими символами были роман Чернышевского «Что

⁷ Блаженкова О., Гурова Т. Класс. Все, что вы уже знали о среднем классе, но боялись произнести вслух. // Эксперт. – 2000. – № 34. – С.21.

делать», стихи Пушкина.

К социальным факторам, влияющим на поведение покупателей книг, относят социальные роли и статус.

Социальная роль – это образец поведения, признанный целесообразным для людей данного статуса в данном обществе. Выполнение роли предполагает активное взаимодействие с окружающей средой. Поведение покупателя зависит от субъективно воспринимаемой роли.

Социальный статус – это положение человека в социальной иерархии, место в системе общественных отношений. Статус может быть личным, а может быть групповым. Социальные позиции, которые можно определить по объективным показателям, являются частью социального статуса.

К внешним факторам относятся различные малые группы, которые, хотя и не диктуют общие тенденции спроса, могут существенно повлиять на конкретную покупку.

Члены малых групп напрямую связаны друг с другом и в процессе общения идентифицируют себя с группой. Индивид может быть включен в различные формальные и неформальные группы: организации, товарищеские компании. В малых группах вырабатываются общие групповые ценности, убеждения и нормы.

Первичные группы с более высокой эмоциональностью отношений являются наиболее влиятельными. Это малые группы, неформальные или части формальных образований (производственных коллективов, учреждения), в которых происходят личные взаимодействия. Многие люди приобретают книги под влиянием своего непосредственного окружения, видя, что читают другие, или по их советам.

Группа членства включает близкое окружение: семья, коллеги, друзья.

Референтная группа – это группа лиц, с которыми покупатель делает прямые или косвенные сравнения в отношении формирования поведения и

отношения к покупке.⁸ Существуют первичные референтные группы (наличие прямого личностного контакта, сплоченность, схожие убеждения) и вторичные (случайные встречи, кумиры).

Референтные группы служат примером для индивида, идеалом, с помощью которого он сравнивает свое социальное положение, свое поведение и свои установки. Референтной может быть группа, к которой человек уже принадлежит, или группа, членом которой он не является, но хочет им стать. Такая группа может быть реальной, например друзья брата, или воображаемой (герои фильма, книги). Референтные группы влияют на человека тремя способами. Они могут заставить человека изменить свое поведение, повлиять на его отношение к жизни и самому себе и повлиять на выбор определенных товаров.

Покупатели на книжном рынке могут находиться под влиянием референтных групп, к которым они не принадлежат, по крайней мере, тремя путями: демонстрируя новые нормы поведения и образ жизни; изменяя оценку жизни; наконец, появлением и продвижением новых хитов и бестселлеров. В референтной группе может быть лидер мнения, оказывающий сильное влияние на других членов группы.

Семья является одной из важнейших ячеек общества. Не будет преувеличением сказать, что покупка книги часто обсуждается в семье. Также порой создаются семейные библиотеки. Важно учитывать не только пол, но и семейный опыт, и размер семьи. В зависимости от типа семьи выбираются и покупаются книги.

Перейдем к рассмотрению факторов внутреннего влияния на поведение потребителей книг.

По сути, это психологические и социально – психологические факторы покупки. В исследованиях потребителей используют психологические моде-

⁸ Коровина В.Д., Молдован А.А. Референтная группа и ее значение для потребительского поведения // Проблемы современной науки и образования. – 2019. – №11-2(144). – С. 37-39.

ли Фрейда и Маслоу, их различные модификации.⁹ Основываясь на модели Фрейда, изучаются процесс принятия решения о покупке, подсознательные мотивы. Теория иерархии потребностей Маслоу объясняет структуру потребностей и превращение потребностей в мотивы.

Почти каждый потребитель имеет широкий спектр потребностей, которые необходимо удовлетворять. Книги не являются предметом первой необходимости, их приобретение определяется вторичными потребностями, связанными с духовной жизнью.

Люди испытывают нужду в чтении книг и приходят в магазин в поисках необходимой книги. Человек делает свой выбор из множества книжной продукции затем, чтобы удовлетворить свои интеллектуальные, духовные, материальные и специальные потребности. Различают потребности профессиональные, образовательные, потребности в досуге. Согласно исследованиям, удовлетворенность потреблением книг определяется двумя основными факторами: ассортиментом и доступностью цены.

Социальные потребности, которые удовлетворяются книгами, включают в себя уверенность в себе, уверенность в быстро меняющемся мире, желание раскрыть тайну человека, попытку избежать реальности, развивая свои собственные представления о мире. К более высокому уровню потребностей относят потребности сопричастности, информацию об общественно значимых событиях, изучение биографии выдающихся личностей.

Потребность является абсолютно необходимым, но не достаточным условием для покупки. Каждая книга уникальна, ассортимент книжной продукции огромен и разнообразен. Одну и ту же потребность могут удовлетворить различные книги, и даже не только книги, но, и например, кино, телевидение, общение. В исследованиях поведения потребителей исследуется мотивация.

Мотивом называют и предмет (материальные или идеальный), ради ко-

⁹ Одинцов А.А., Одинцова О.В. Психологические особенности поведения потребителей // Сервис в России и за рубежом. - 2013. - №8(46). – С. 30-35.

торого деятельность совершается, и побуждение к деятельности. Таким образом, книга может стать мотивом для покупки, если покупатель пришел в магазин без конкретной цели. Часто мотивом покупки является осознанная цель, установленная внешним контекстом, например, ремонт дома, сдача экзамена или подарок другу на день рождения.

Потребности, мотивы и цели вместе составляют индивидуальную сторону потребления книги. Их различные виды изучаются социологами книжного рынка.

Теперь перейдем к непосредственному рассмотрению внутренних факторов, которые влияют на оценку книг и решение о покупке.

Восприятие – это процесс, с помощью которого покупатель получает представление о книге, включая отбор, систематизацию и интерпретацию информации.

Наряду с текстом, успех книги напрямую зависит от ее оформления: название, обложка, аннотация. Эти элементы особенно важны для восприятия и принятия «новых» неизвестных авторов покупателем.

В процессе активной жизни люди набираются опыта. Усвоение заключается в том, что люди меняют свое поведение в зависимости от своего приобретенного опыта. Стимуляция спроса часто опирается на предпосылки усвоения, как внутренние побудительные мотивы покупателей, подсказки других, реакция на возможность купить книгу, закрепление опыта покупки книг.

Убеждение – это закрепленное опытом определенное представление о товаре.¹⁰ Оно может основываться на реальном опыте или на вере. Самые сильные убеждения эмоционально заряжены. Но эмоции не являются обязательным фактором покупки. Наличие отрицательных представлений о книге, средствах информации и рекламы, несомненно, мешают совершению покупки.

¹⁰ Кольган М.В., Пахоменков А.Е. Исследование поведения потребителей и факторы, влияющие на них // Молодой исследователь Дона. – 2016. – №1(1). – С. 93-96.

Личностные факторы, которые влияют на потребление, включают в себя демографические (возраст, род занятости, образование) и социальные (часто в связи с экономическими) факторы.

Возраст – фактор личного порядка, имеющий большое значение при определении потребности. С возрастом происходят последовательные изменения в ассортименте и номенклатуре приобретаемых людьми товаров и услуг.¹¹ Данные о возрасте потребителей помогают разделить покупателей книг по поколениям.

Важной личностной категорией является стиль жизни. Эта концепция предполагает стереотипы жизненного поведения личности, выраженные в интересах, убеждениях, действиях. Это психологические переменные, которые иногда остаются неизменными в течение длительного времени.

Однако, говоря о типологии покупателей книг, не следует забывать о социально – психологических подходах, связанных с особенностями восприятия и понимания книги.

Субъективные предпосылки для чтения создаются на всех этапах духовного развития человека. Они закладываются в семье, формируются в школе. Следующий уровень – профессиональное обучение на разных уровнях. Последний этап – реализация жизнедеятельности на профессиональном или любительском уровне.

В нашей стране разработана типология читателей, основанная на психологической классификации: мотивы, установки, интересы, внешние стимулы чтения, восприятие прочитанного. Было идентифицировано пять типов читателей, которые представляют собой взаимосвязанные комплексы типобразующих признаков: 1) оптимальное эстетическое восприятие; 2) восприятие слоя фактов; 3) «познавательное» восприятие; 4) эмоциональное восприятие на основе субъективных ассоциаций; 5) поверхностное восприятие всех составляющих произведения.¹²

¹¹ Некрасов М.В. Анализ факторов, влияющих на покупательское поведение потребителей // Актуальные вопросы экономических наук. – 2016. – №32. – С. 84-90.

¹² Сорокина Г.И. Основные критерии и типологические признаки научной классификации читателей

Отнести человека (покупателя, читателя книг) к типу не значит наклеить на него ярлык. Не следует забывать тот факт, что люди меняются. Но социальные и психологические типы более стабильны. Они отражают не субъективные отношения индивидов, а методы поведения и познания, существующие в обществе.

2 СОЦИАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПОТРЕБЛЕНИЯ КНИГИ МОЛОДЕЖЬЮ

2.1 Социальные практики чтения молодежи (на примере г. Благовещенск)

Исследование проводилось среди молодежи г. Благовещенска в июле 2020 года.

Общее количество опрошенных (после выбраковки анкет) – 200 человек (ошибка выборки составила около 7, 1 %). Объект исследования был разделен по нескольким возрастным группам обоих полов:

- 16 – 21 лет;
- 22 – 25 лет;
- 26 – 30 лет.

Это позволило выявить особенности в каждой демографической группе по ряду рассматриваемых проблем.

Логика построения анкеты:

В начале анкеты был задан вопрос – фильтр о чтении книг в целом для выявления регулярной и потенциальной аудитории. Далее следовали вопросы – фильтры, касающиеся предпочтительного формата чтения книг и частоты их покупки. Затем был задан вопрос о мотивах покупки книг молодежью. Помимо этого, был задан вопрос о сумме, которую молодежь может спокойно потратить на покупку книги. После данных вопросах располагался вопрос – фильтр о посещении библиотек. Далее следовали вопросы, направленные на выявление предпочтений среди русской и зарубежной литературы, современной и классической, литературных жанров в целом. Затем следовали вопросы, касающиеся социальных практик чтения книг молодежью. За данными вопросами располагался контрольный вопрос о последней прочтенной книге, чтобы выявить реальные предпочтения благовещенцев. В конце анкеты были заданы вопросы, характеризующие респондентов по социально–демографическим признакам.

Основой текстового содержания анкеты являются теоретические и практические знания практикантов в области МиМСИ, общей социологии, социальной демографии, книжного рынка, социологии потребления, социологии культуры, социодинамики книг, в работах посвященных исследованию предпочтений литературы:

1 Акулич, М. М. Потребительское поведение молодежи на книжном рынке (на материалах социологических исследований в г. Тюмени в 2018 г.) / М. М. Акулич, И. В. Ильина, С. С. Губин // *Siberian socium*. – 2018. – № 2. – С. 45-53.

2 Аммосова, К. С. Современная молодежь и книги: проблемы и перспективы / К. С. Аммосова, З. А. Фардзинова // *Актуальные проблемы современной науки*. – 2016. – № 4(89). – С. 175-180.

3 Дрожалина, Д. В. Отношение современной молодежи к чтению // *Российская наука и образование сегодня: проблемы и перспективы*. – 2017. – № 2(15). – С. 16-17.

4 Дрозд, М. А. Изучение потребностей книжного рынка для стимулирования покупательского спроса // *Культурная жизнь Юга России. Приложение*. – 2015. – № 1(1). – С. 93-95.

5 Кольган, М.В., Пахоменков А.Е. Исследование поведения потребителей и факторы, влияющие на них // *Молодой исследователь Дона*. – 2016. – №1(1). – С. 93-96.

6 Коровина, В.Д., Молдован, А.А. Референтная группа и ее значение для потребительского поведения // *Проблемы современной науки и образования*. – 2019. – №11-2(144). – С. 37-39.

7 Кочкина, Н. А. Эластичность спроса на книги: исследование книжного рынка Северо – Западного федерального округа / Н. А. Кочкина, Е. А. Шенкман, А. С. Гордиенко // *Вестник Санкт – Петербургского университета. Менеджмент*. – 2018. – № 1(17). – С. 99-117.

8 Лизунова, И. В. Анализ потребителей книжного рынка (на примере крупного мегаполиса) // *Интерэкспо ГЕО – Сибирь*. – 2016. – №

1(6). – С. 266-270.

9 Маремова, Л. Р. Анализ потребительских предпочтений на рынке книжной продукции в регионе / Л. Р. Маремова, И. Н. Ацканов // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2015. – № 11-3. – С. 143-146.

10 Подкладова, Т. Д. Семейное чтение как социальная практика: постановка проблемы и обзор исследований / Т. Д. Подкладова, А. Н. Губайдуллина, В. Н. Горенинцева // Азимут научных исследований: педагогика и психология. – 2017. – № 3(20). – С. 369-373.

11 Рябова, О.Н. Анализ факторов воздействия на покупательское поведение потребителей // Научный поиск. – 2016. – №1. – С. 76-78.

12 Сорокина, Г. И. Основные критерии и типологические признаки научной классификации читателей / Г.И. Сорокина // Информационное обеспечение науки: новые технологии / под ред. Т. Т. Трескова. – Екатеринбург, 2012. – С. 275-286.

13 Черных, А. С. Место чтения в современном обществе / А. С. Черных, О. С. Федорова, В. В. Шароглазова // Новая наука: проблемы и перспективы. – 2017. – № 1-2. – С. 115-117.

14 WCIOM.ru[Электронный ресурс]: офиц.сайт. – 08.08.2019. – Режим доступа: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=9841>. – 19.08.2020.

Таблица 1 – Социально-демографическая характеристика респондентов:

Пол	Процент
Мужской	47
Женский	53
Итого	100
Возраст	
16-21	26
22-25	45
25-30	29
Итого	100
Образование	
Высшее образование	48

Неполное высшее образование (не менее 3-х лет обучения)	12
Неполное среднее	3
Среднее общее	14
Среднее специальное	23
Аспирантура	0
Итого	100
Род деятельности	
Домохозяин (йка), безработный(ая)	6
Служащий	19
Рабочий	37
Предприниматель	8
Учащийся, студент	25
Затрудняюсь ответить	5
Другое	0
Итого	100
Уровень личного дохода в месяц	
До 10 000 рублей	14
10 001-20 000 рублей	10
20 001-30 000 рублей	19
30 001-40 000 рублей	20
40 001-50 000 рублей	15
Более 50 000 рублей	10
Затрудняюсь ответить	12
Итого	100

Для начала выясним, читает ли молодежь вообще, чтобы выявить регулярную и потенциальную аудиторию, рисунок 1.



Рисунок 1 – Частота чтения

Из диаграммы видно, что наибольшее число опрошенных читают книги реже, чем в раз полгода, а наименьший процент респондентов читает

примерно раз в неделю. Это говорит о том, что в настоящее время молодежь очень мало читает. Скорее всего, это связано с тем, что сейчас есть широкий выбор развлечений, поэтому молодые люди предпочитают книге телевизор или интернет.

Отметим некоторые половозрастные особенности, рисунок 2 и рисунок 3:

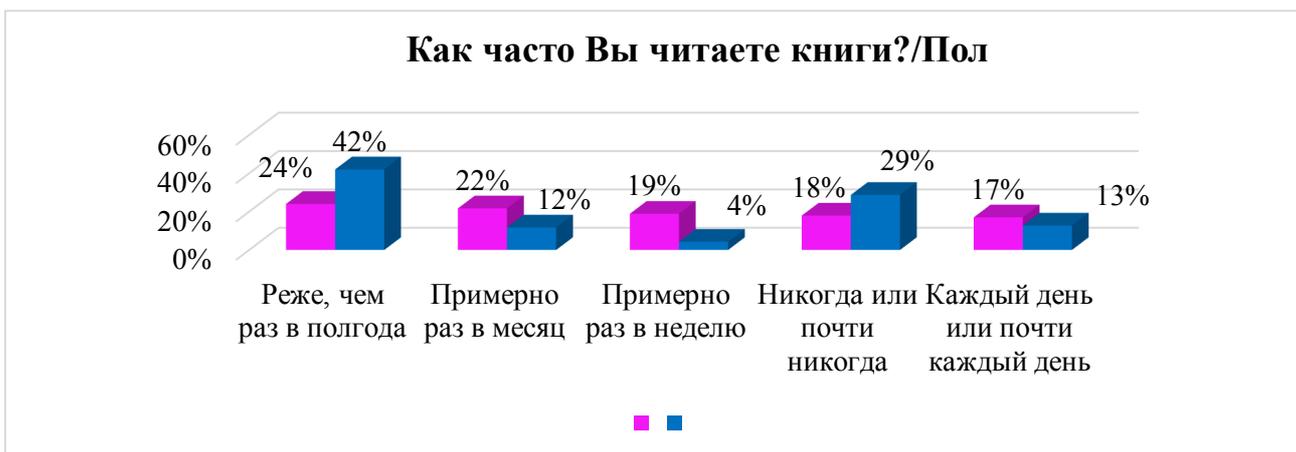


Рисунок 2 – Особенности пола

Так, можно заметить, что большинство мужчин и женщин читают реже, чем раз в полгода. В целом женщины читают больше, чем мужчины. Скорее всего, это связано с тем, что мужчины менее образованные, кроме того, они более склонны увлекаться спортом, автомобилями, чем чтением книг.

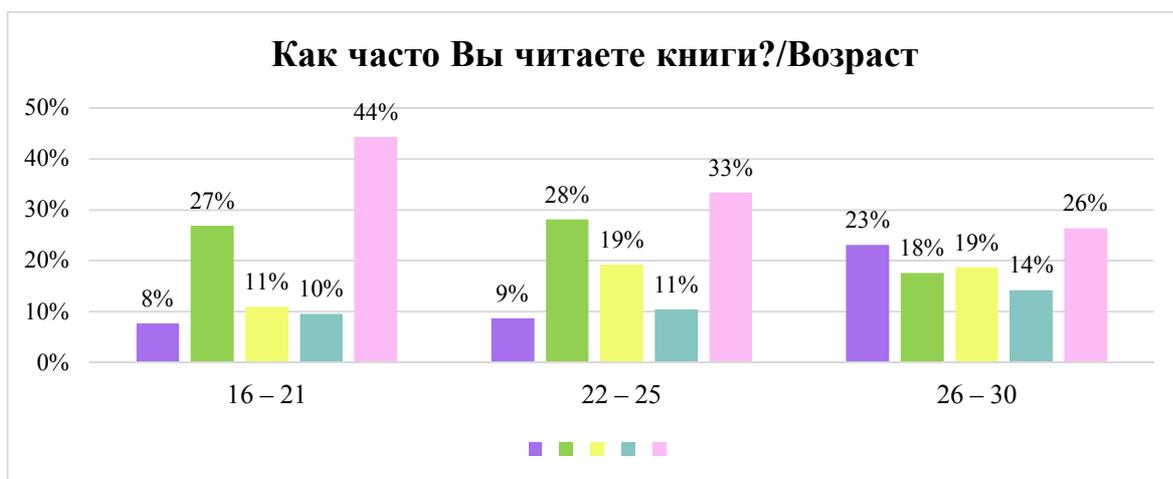


Рисунок 3 – Особенности возраста

Смотря на данную диаграмму, можно сказать, что молодежь обычно читает книги реже, чем раз в полгода. Возможно, это связано с тем, что у

респондентов есть другие интересы, например, интернет. Можно выделить, что молодые люди постарше (26-30 лет) читают книги чаще, чем остальные. Это обусловлено тем, что с возрастом меняется мировоззрение, появляются новые ценности, а прежние интересы уходят на второй план.

Особенности рода деятельности, рисунок 4:

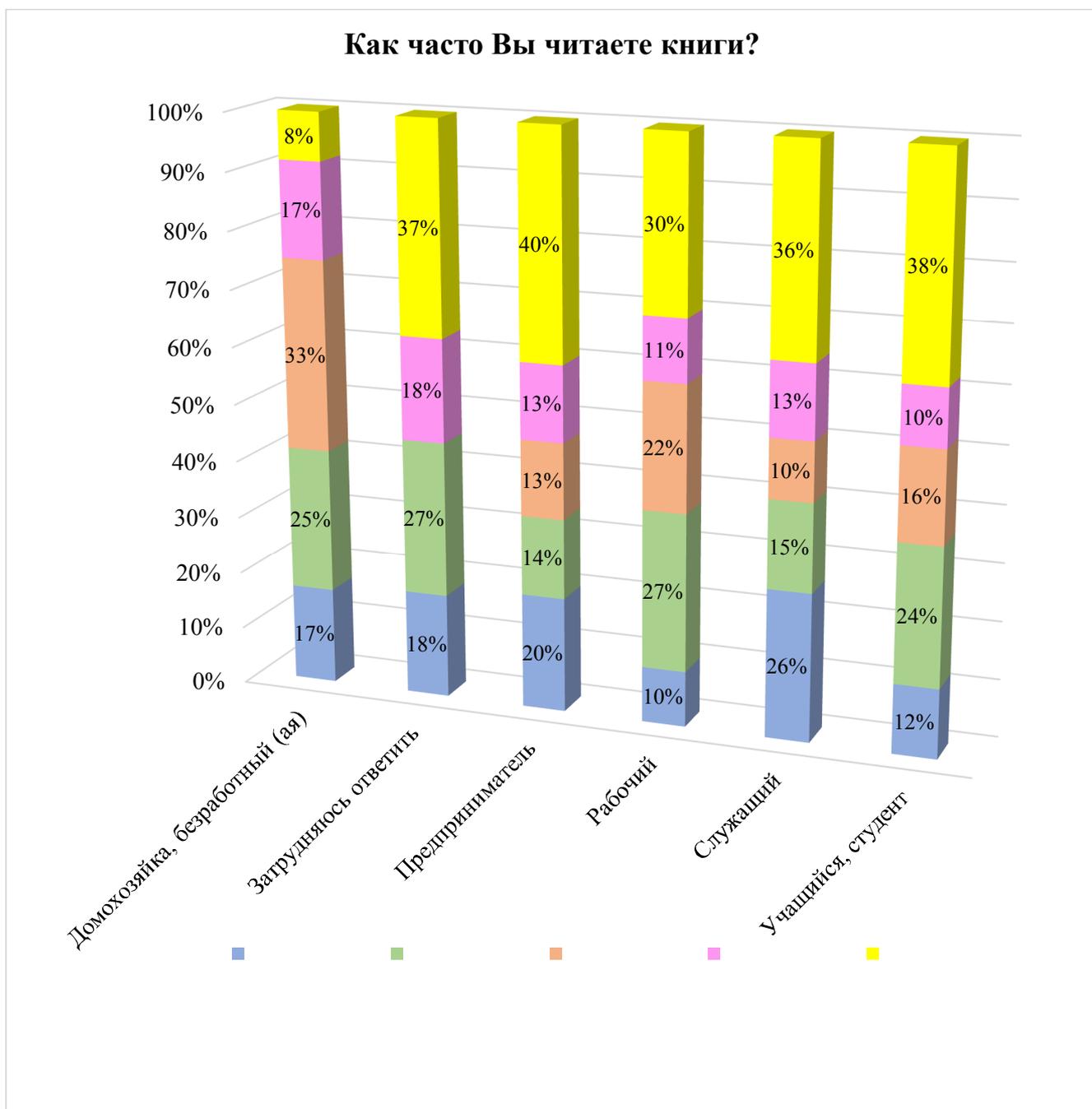


Рисунок 4 – Особенности рода деятельности

Так, можно заметить, что большинство опрошенных, за исключением домохозяек и безработных, читают книги реже, чем раз в полгода. Домохозяйки и безработные читают чаще, то есть примерно раз в месяц. Скорее

всего, это связано с тем, что они проводят больше времени дома и у них больше свободного времени.

Особенности уровня дохода, рисунок 5:

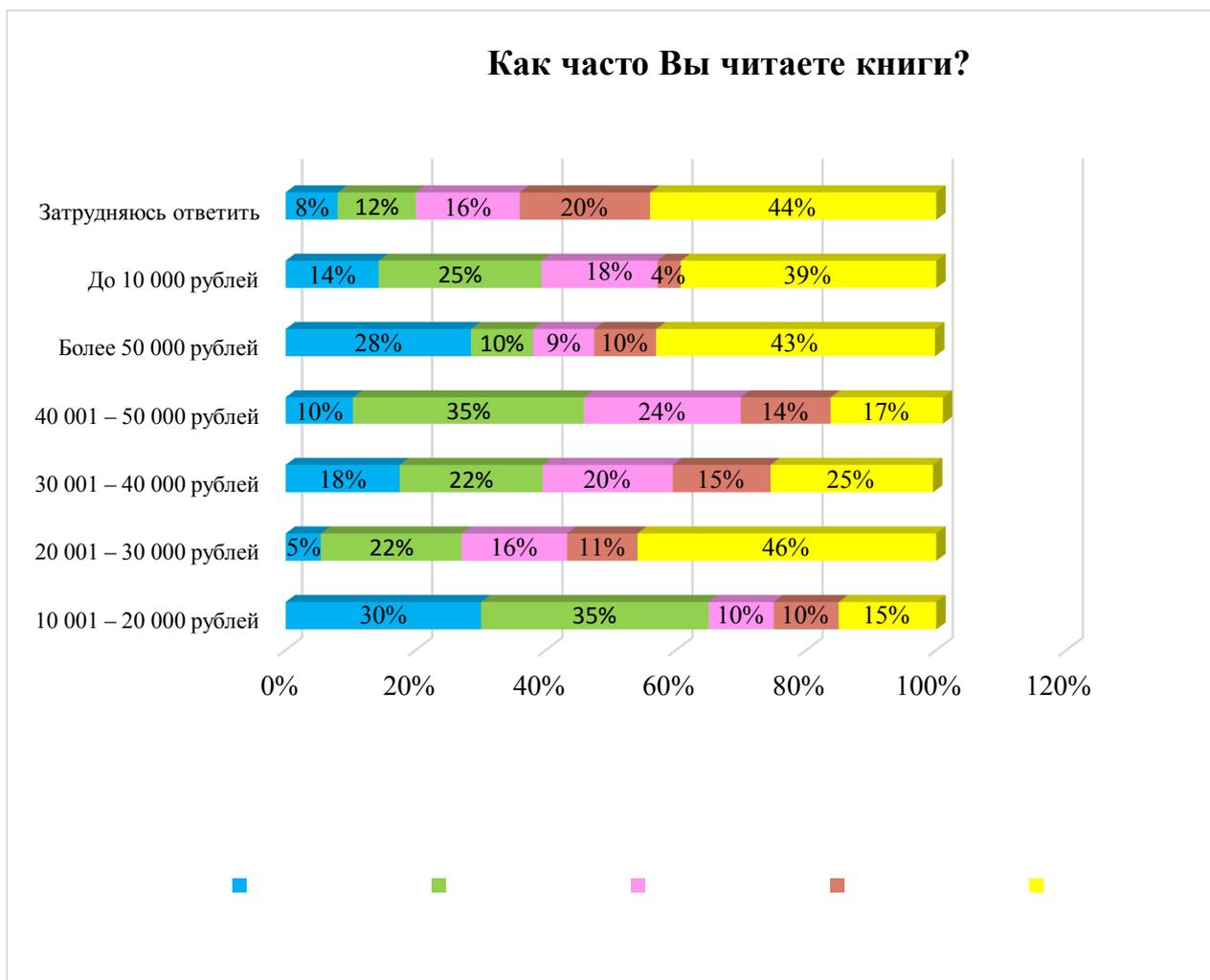


Рисунок 5 – Особенности уровня дохода

Так, большинство респондентов с доходом более 50 000 рублей не читают или практически не читают книги. Возможно, это связано с тем, что им не хватает времени на чтение или они имеют более дорогие увлечения. Также большинство опрошенных с доходом от 10 до 20 тыс. рублей тоже не читают или практически не читают. Скорее всего, это связано с тем, что им не хватает средств на приобретение книг. Остальные респонденты, независимо от личного дохода, читают реже, чем раз в полгода.

Предпочитаемый формат книг

Рассмотрим какой формат книг предпочитает современная молодежь, рисунок 6.

Какой формат книг Вы больше всего предпочитаете?



Рисунок 6 – Предпочитаемый формат книг

Из диаграммы видно, что молодежь предпочитает печатный формат книг. Возможно, это связано с тем, что бумажные книги помогают лучше воспринимать информацию, их приятно держать в руке, они придают особую атмосферу и вредят зрению меньше, чем цифровые книги.

Рассмотрим половозрастные особенности, рисунок 7 и 8:



Рисунок 7 – Особенности пола

Так, можно заметить, что женщины предпочитают больше печатные книги, а мужчины, наоборот, электронные. Вероятнее всего, это связано с тем, что женщины более впечатлительные и эмоциональные, им нужна такая атмосфера чтения (например, запах страниц, полное погружение в произведение), которую может дать только печатная книга.

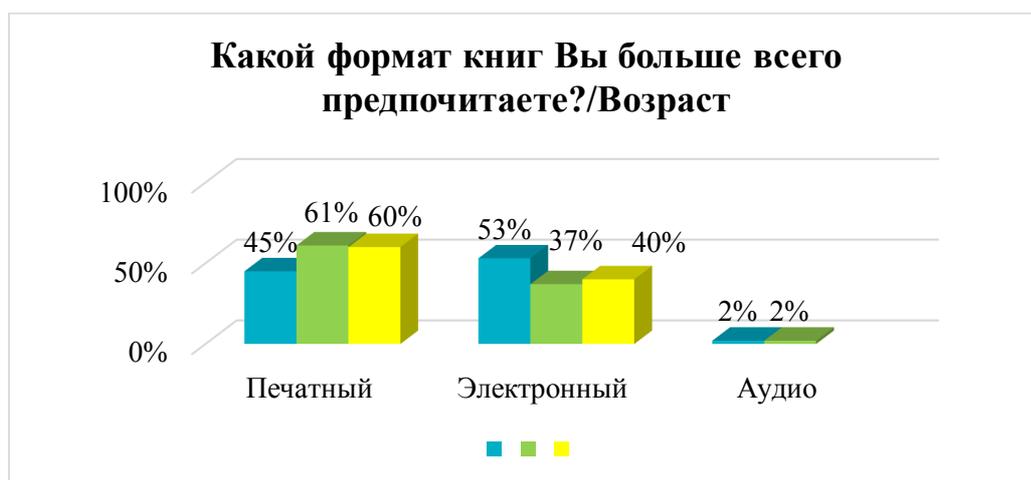


Рисунок 8 – Особенности возраста

Данная диаграмма показывает, что молодежь в возрасте от 16 до 21 года предпочитает больше электронный формат, в то время как молодежь от 22 до 25 и от 26 до 30 – печатный формат. Можно предположить, что это связано с тем, что более молодые люди привыкли жить в ногу со временем, они любят различные новинки в области техники и электроники, поэтому данные респонденты и предпочитают цифровые книги.

Особенности уровня образования, рисунок 9:

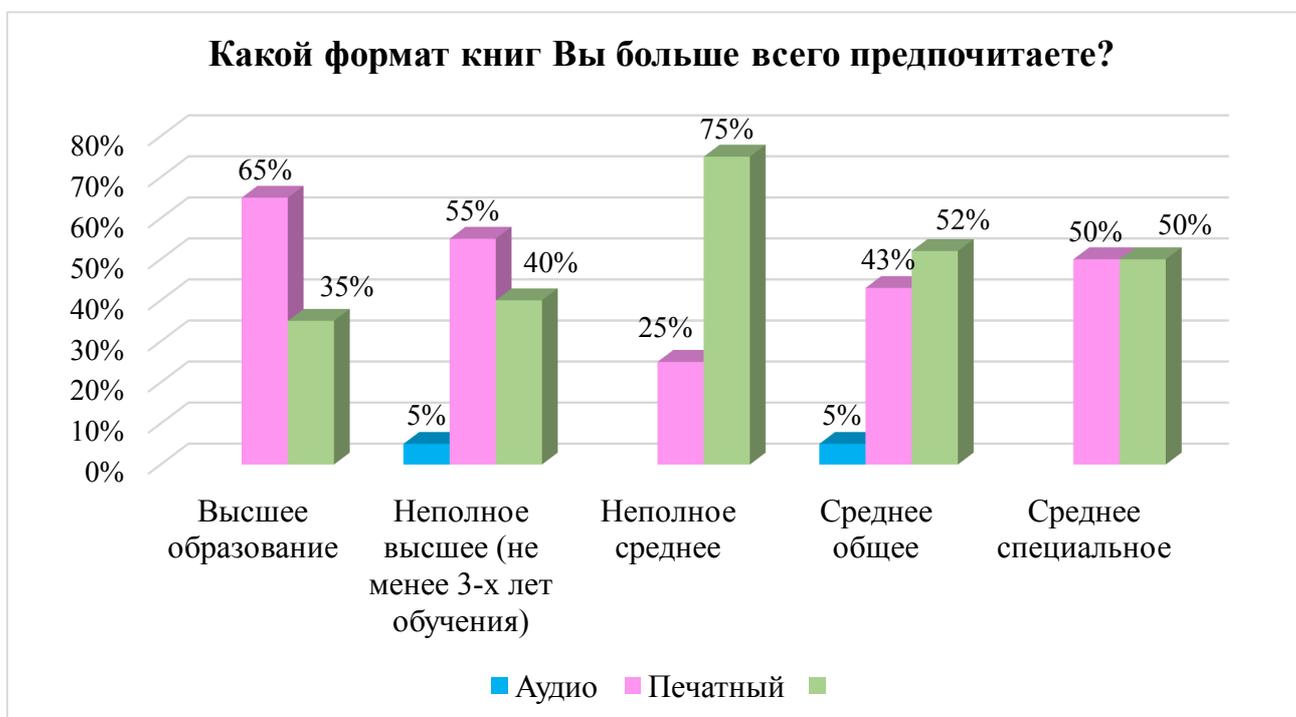


Рисунок 9 – Особенности уровня образования

Так, можно увидеть, что люди с высшим и неполным высшим образованием предпочитают печатные книги, а респонденты с неполным средним, средним общим и средним специальным больше предпочитают электронные книги. Возможно, это связано с тем, что электронную книгу легче взять с собой, она занимает меньше места, помимо этого, можно поместить множество книг на одно устройство.

Особенности рода деятельности, рисунок 10:

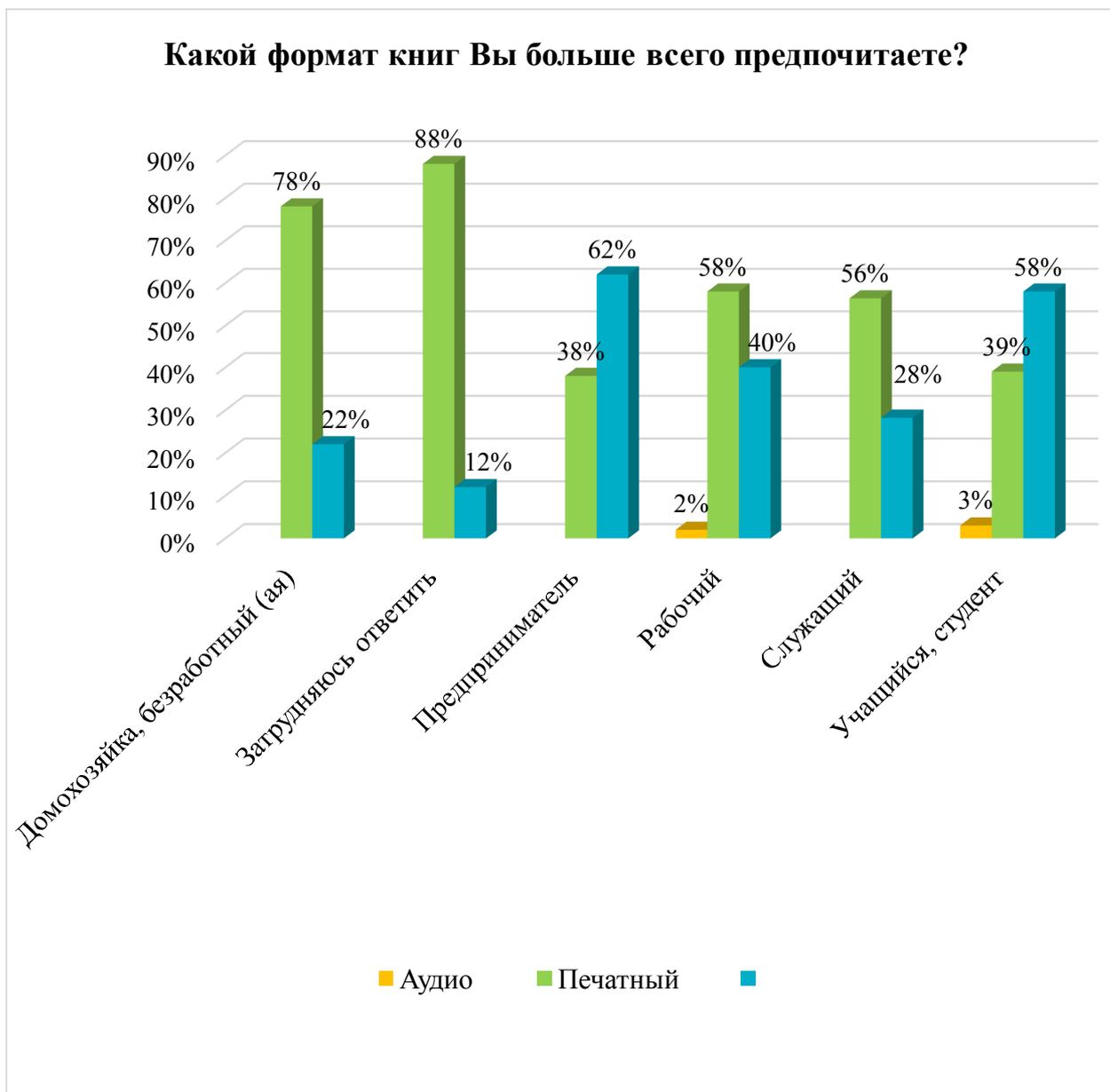


Рисунок 10 – Особенности рода деятельности

Так домохозяйки, безработные, рабочие и служащие предпочитают печатный формат книг, в то время как предприниматели, студенты и уча-

щиеся привыкли больше читать электронные книги. Скорее всего, это связано с тем, что учащиеся и студенты имеют очень много книг, и носить с собой их не всегда удобно, проще взять с собой электронную книгу, ведь она легче и занимает меньше места. Что касается предпринимателей, то они, наверное, довольно часто в разъездах, поэтому им тоже гораздо удобнее читать электронные книги.

Особенности уровня дохода, рисунок 11:

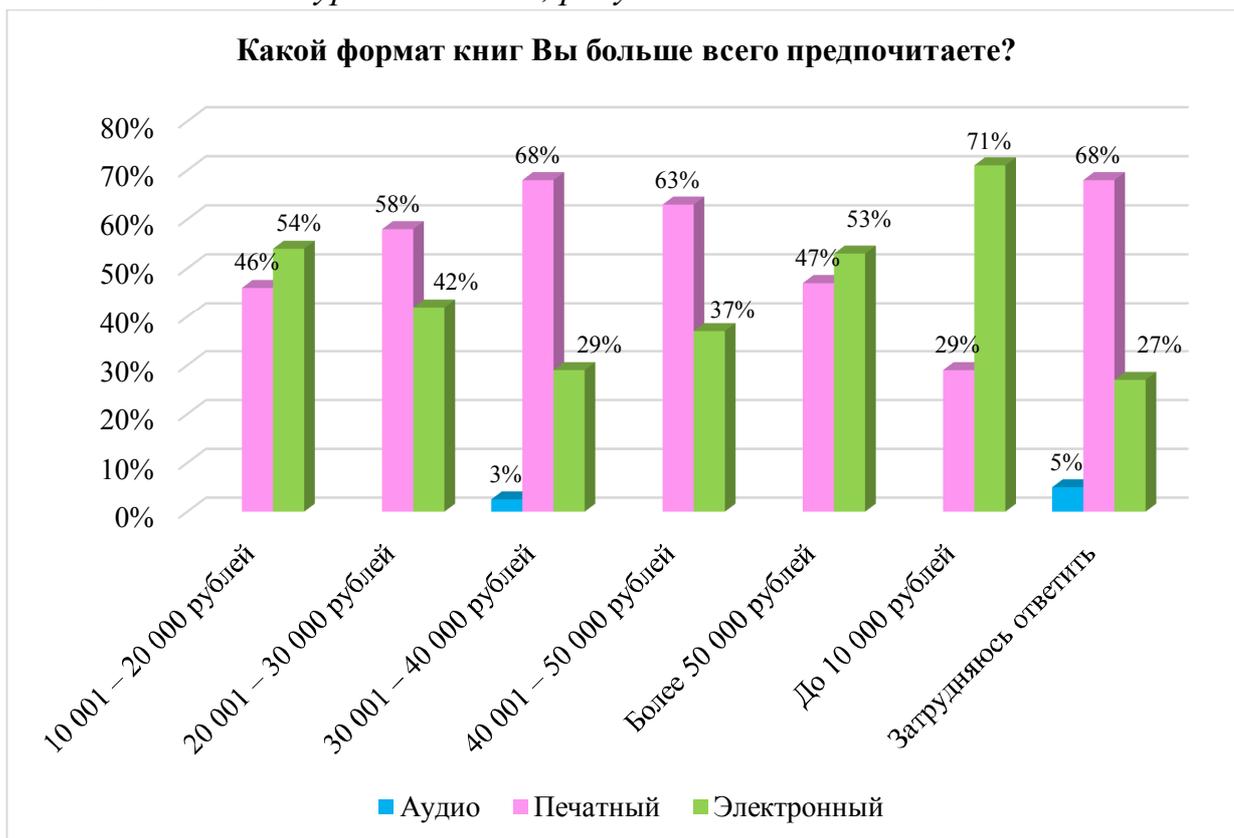


Рисунок 11 – Особенности уровня дохода

Из диаграммы видно, что люди с низким доходом (до 20 тыс. рублей) предпочитают электронные книги. Вероятно, это связано с тем, что печатные книги сейчас довольно дорогие, и людям не хватает средств на их покупку. Респонденты с более высоким личным доходом могут позволить себе печатные книги. Что касается людей с доходом более 50 000 рублей, то они предпочитают электронные книги. Можно предположить, что у них другие интересы, на которые можно потратить свои деньги. Также, возможно, у них является престижным иметь какую-нибудь современную и дорогую электронную книгу.

Далее изучим, читает ли вообще молодежь книги в электронном формате, и какими устройствами они при этом пользуются, рисунок 12.



Рисунок 12 – Чтение книг в электронном формате

Так, можно заметить, что молодые люди читают книги в электронном формате. Это связано с тем, что цифровые книги очень удобны, ведь они компактны, на одном устройстве может располагаться множество книг. Помимо этого, пользоваться электронными книгами намного дешевле, чем читать печатные.

Рассмотрим на каких устройствах молодежь читает электронные книги, рисунок 13.



Рисунок 13 – Устройства для чтения электронных книг

Наиболее популярным устройством для чтения книг у молодежи является телефон. Реже всего респонденты читают книги с компьютера. Это обусловлено тем, что телефон всегда находится под рукой.

Изучим, слушает ли молодежь аудиокниги, и на каких устройствах она это делает, рисунок 14 и рисунок 15.



Рисунок 14 – Прослушивание аудиокниг

Исходя из диаграммы, видно, что большинство опрошенных не слушают аудиокниги. Возможно, это связано с тем, что читать книги самому гораздо интереснее. Кроме того, аудиокниги могут мешать воображению и восприятию во время чтения.



Рисунок 15 – Устройства для прослушивания аудиокниг

Большинство опрошенных предпочитают слушать аудиокниги с телефона, потому что это устройство наиболее удобно, ведь каждый человек носит его с собой.

Частота покупки книг

Для начала выясним, покупает ли молодежь книги вообще, рисунок 16.



Рисунок 16 – Покупка книг

Из диаграммы видно, что большая часть опрошенных покупает книги. Скорее всего, это обусловлено тем, что печатные книги гораздо приятнее читать, в них больше погружаешься. Также, возможно, что покупка новой книги приносит респондентам радость и вдохновляет на чтение. Что касается покупки электронных книг, то это связано с тем, что некоторые книги скачивать бесплатно нельзя.

Рассмотрим половозрастные особенности, рисунок 17 и рисунок 18:

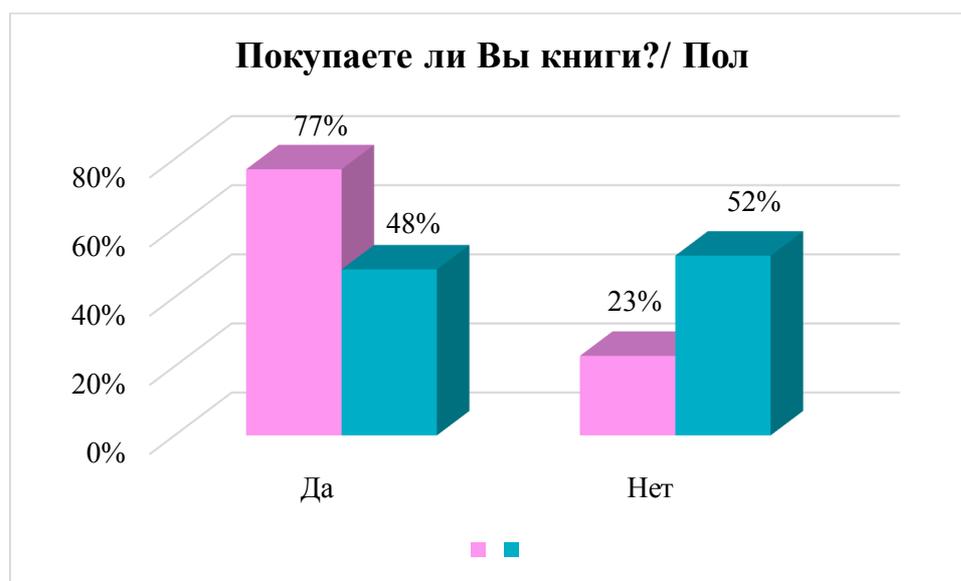


Рисунок 17 – Особенности пола

Так, большинство женщин покупает книги, а большинство мужчин – нет. Вероятно, это связано с тем, что мужчины обычно меньше стремятся к повышению своих знаний, их меньше интересует образование, от того они и редко покупают книги. Также, возможно мужчины тратят свои средства на другие, более нужные на их взгляд, вещи.

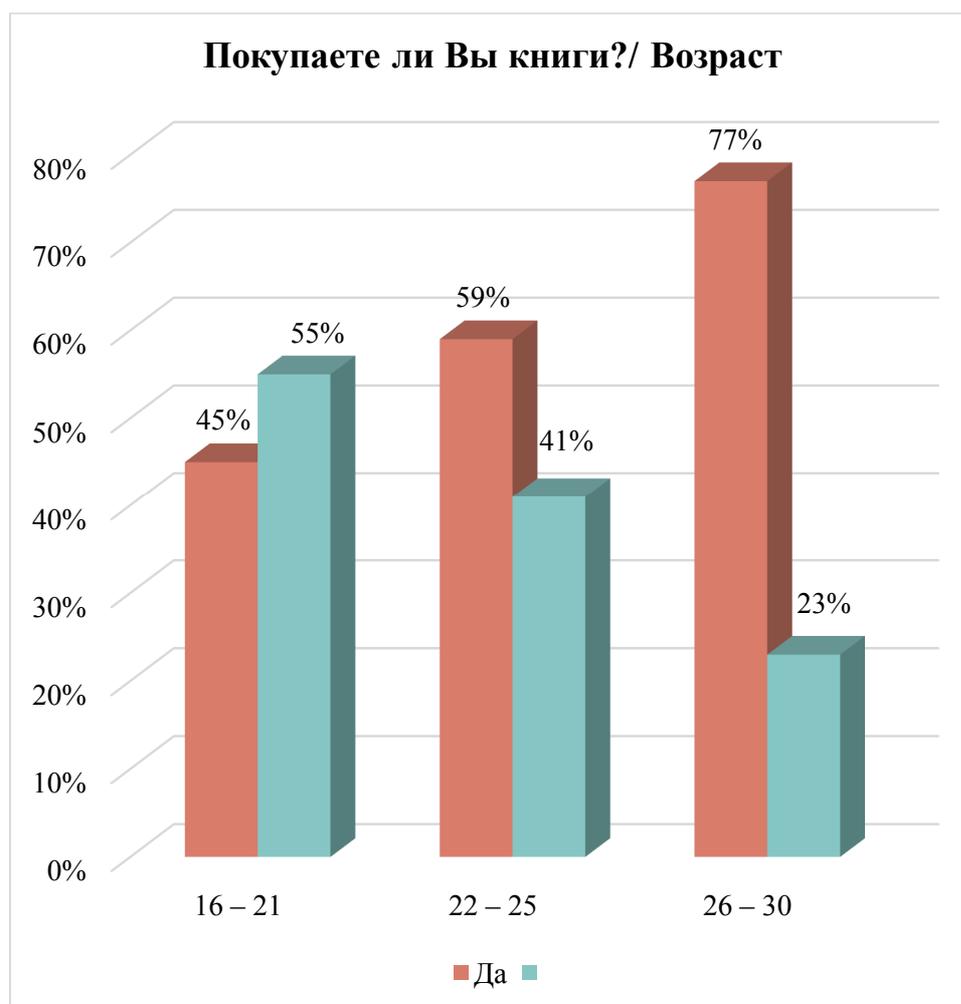


Рисунок 18 – Особенности возраста

Смотря на диаграмму, видно, что большинство респондентов в возрасте от 16 до 21 года не покупают книги. Можно предположить, что этот возраст – это возраст еще учащихся, поэтому им, скорее всего, книги выдаются в школе или в университете, в связи с этим у них нет необходимости приобретать книги самим. Помимо этого, возможно, им не хватает личного дохода на покупку книги. Что касается людей в возрасте от 22 и до 30 лет, то тут большинство респондентов покупают книги. Вероятно, это обосновано тем, что у них уже есть стабильный доход, а также, возможно, есть цель саморазвития, которую они пытаются осуществить с помощью покупки и чтения книг.

Особенности уровня образования, рисунок 19:

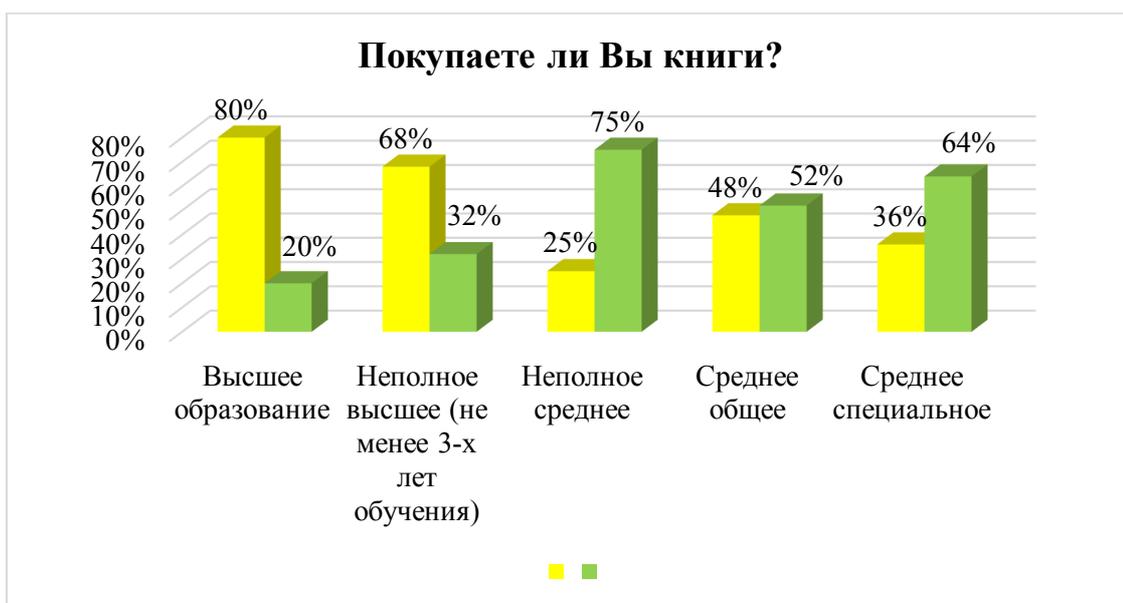


Рисунок 19 – Особенности уровня образования

Так, большинство людей, имеющие высшее или неполное высшее образование, покупают книги. Респонденты с неполным средним, средним общим и средним специальным образованием, наоборот, не покупают книги. Скорее всего, это обусловлено тем, что люди с высшим образованием более эрудированные и грамотные, благодаря книгам, они пытаются развивать свой интеллект и свои знания дальше.

Особенности личного дохода, рисунок 20:

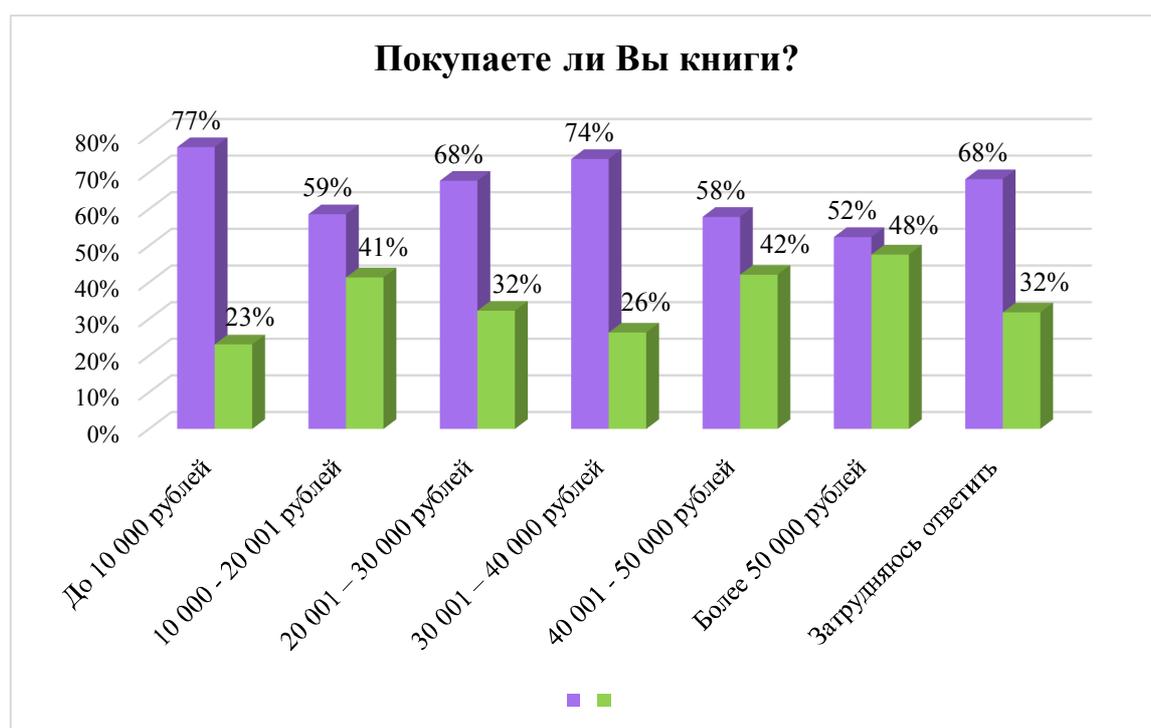


Рисунок 20 – Особенности личного дохода

Данная диаграмма показывает, что все респонденты, независимо от уровня их личного дохода в месяц, чаще покупают книги, чем нет. Вероятно, это связано с тем, что книга является некой ценностью для людей, и им не жалко потратить на нее определенную сумму денег.

Далее рассмотрим, насколько часто молодежь покупает книги, рисунок 21.¹³

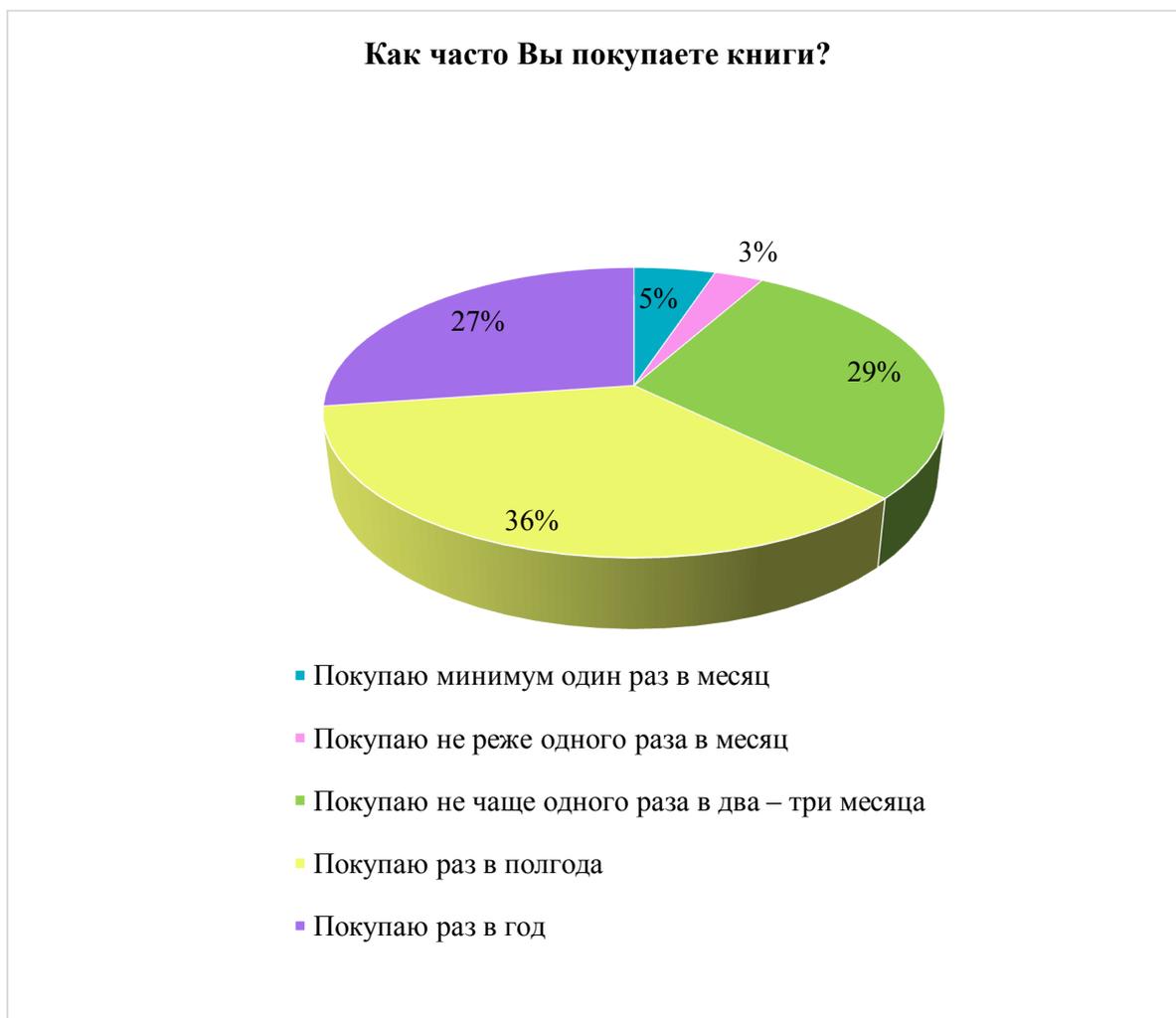


Рисунок 21 – Частота покупки книг

Из диаграммы видно, что большинство опрошенных покупает книги примерно раз в полгода. Наименьший процент респондентов ответил, что покупка книг осуществляется минимум один раз в месяц. Это может быть обусловлено тем, что сейчас более популярны цифровые книги, их удобнее носить с собой, они не занимают место дома и приобретение их дешевле, чем обычной печатной книги в магазине.

¹³ Процент рассчитывается от тех, кто покупает книги.

Рассмотрим половозрастные особенности¹⁴, рисунок 22 и рисунок 23:

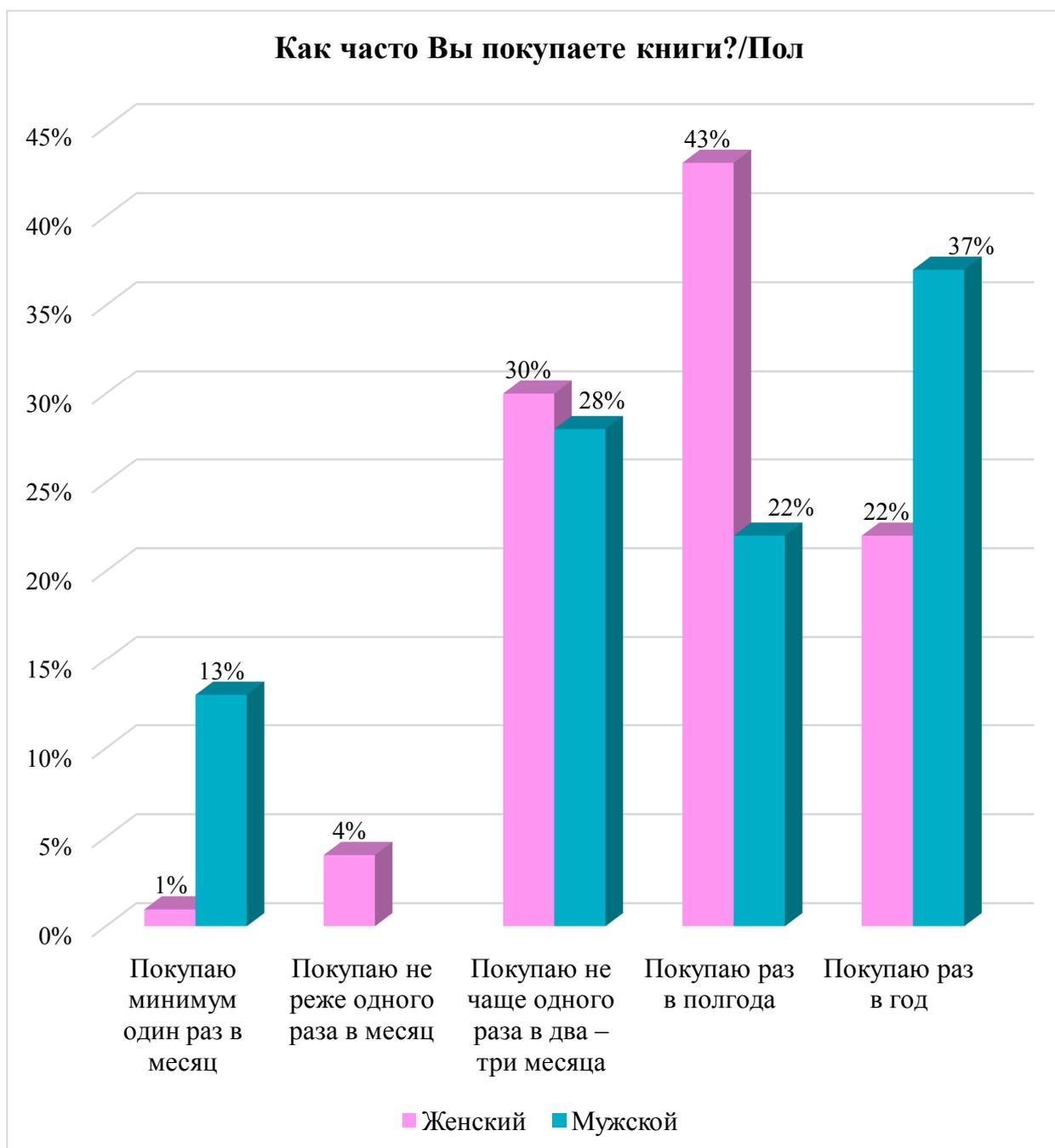


Рисунок 22 – Особенности пола

Так, можно заметить, что наибольший процент женщин покупает книги раз в полгода, в то время как большинство мужчин ответило, что делают они это примерно раз в год. Скорее всего, на данные показатели влияет то, что женщины больше внимания уделяют своему саморазвитию, а также любят делать различного рода покупки.

¹⁴ Процент рассчитывается от тех, кто покупает книги.

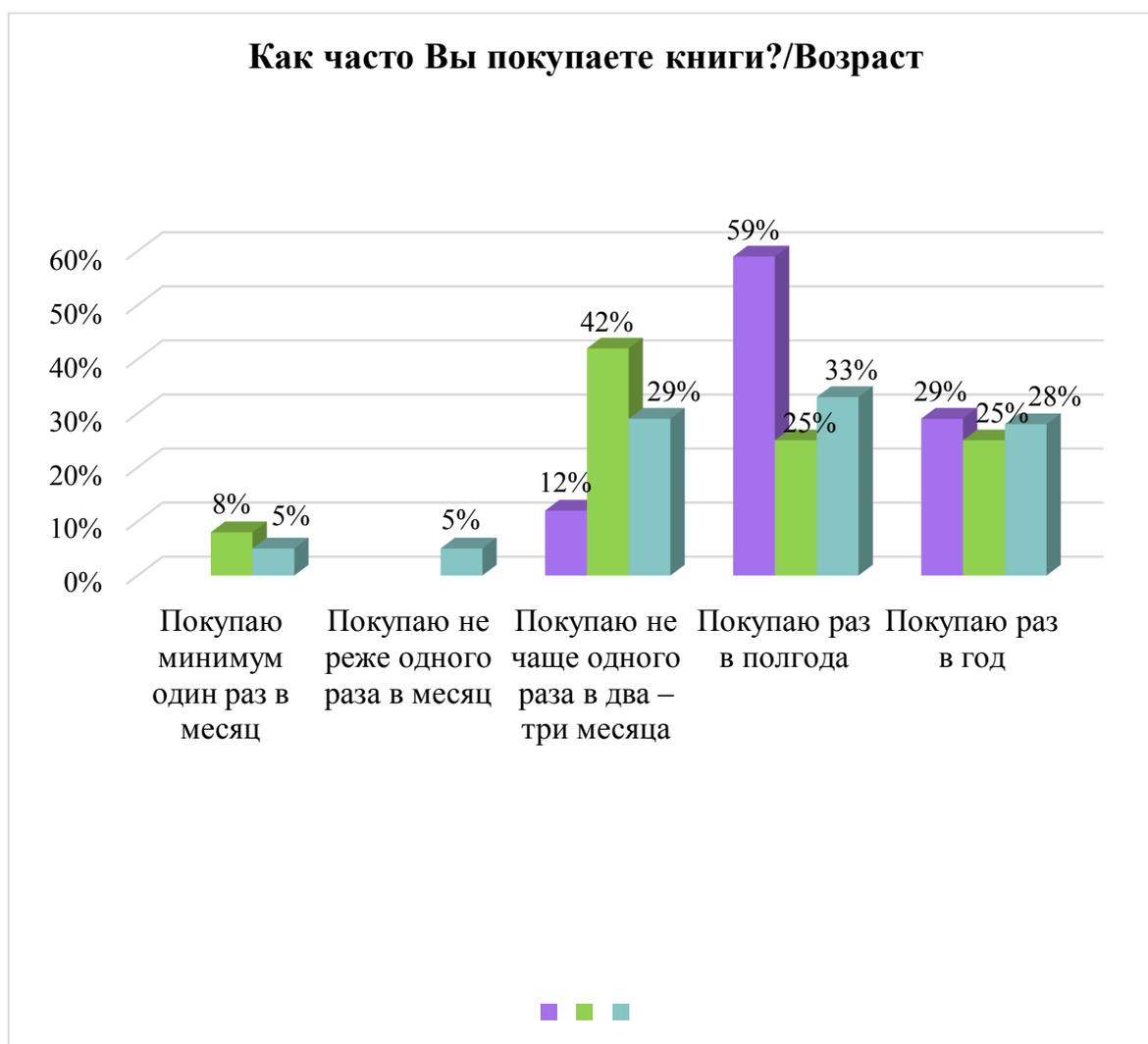


Рисунок 23 – Особенности возраста

На данной диаграмме видно, что молодые люди в возрасте от 16 до 21 года и от 26 до 30 лет покупают книги обычно примерно раз в полгода. Вероятно, это связано с тем, что молодежь в возрасте от 16 лет до 21 года мало читает и больше проводит времени в интернете, а молодежь в возрасте от 26 до 30 лет уже имеет собственную семью и стабильную работу, из-за этого у людей мало свободного времени на покупку и чтение книг. Что касается респондентов в возрасте от 22 до 25 лет, то они приобретают обычно книги не чаще одного раза в два-три месяца. Можно предположить, что у них больше свободного времени, т.к., возможно, еще нет собственной семьи.

Рассмотрим влияние уровня образования на частоту покупки книг¹⁵, рисунок 24:

¹⁵ Процент рассчитывается от тех, кто покупает книги.

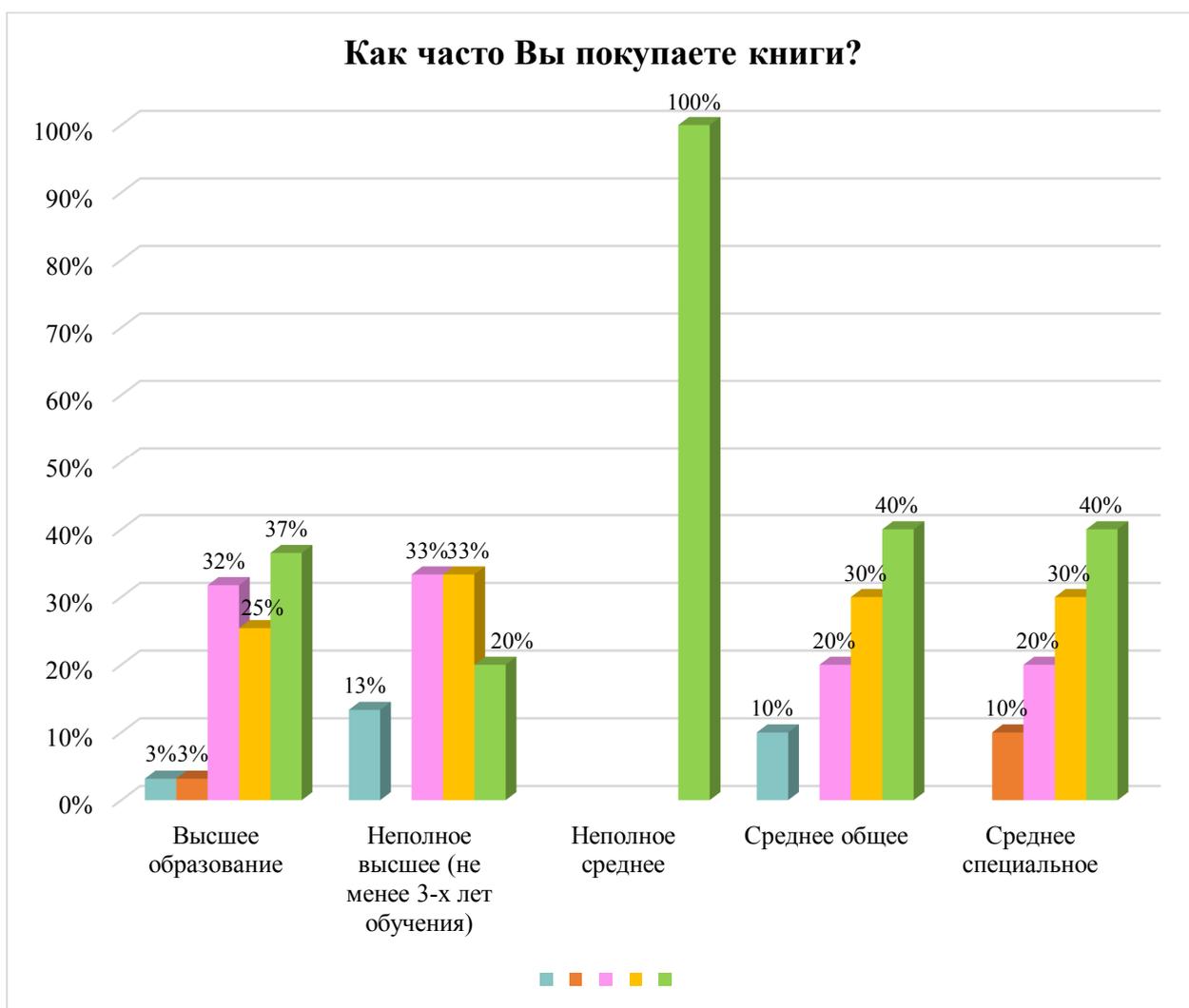


Рисунок 24 – Особенности уровня образования

Так, большинство людей, имеющих среднее специальное, среднее общее, неполное среднее и высшее образование, ответило, что покупает книги раз в полгода, в то время как респонденты с неполным высшим образованием разделились на две части, одни покупают книги не чаще одного раза в два-три месяца, другие приобретают книги раз в год. Это может говорить о том, что молодежь с неполным высшим образованием еще учится, поэтому книги получает в университете, также, вероятно, что данные респонденты пока не имеют стабильного дохода, а из-за этого не имеют возможности покупать книги.

Рассмотрим влияние рода деятельности на частоту покупки книг¹⁶, рисунок 25:

¹⁶ Процент рассчитывается от тех, кто покупает книги.

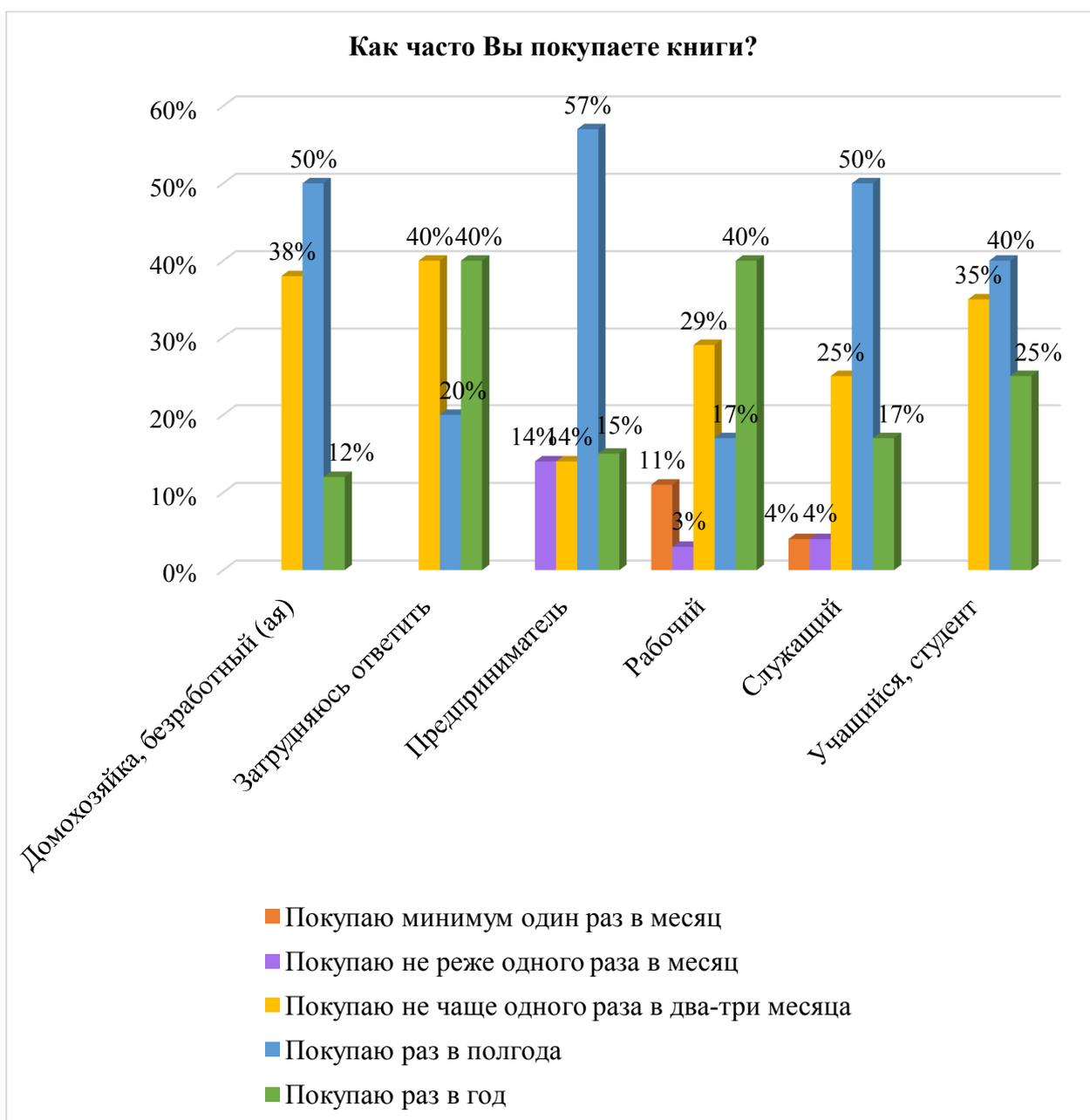


Рисунок 25 – Особенности рода деятельности

Из диаграммы видно, что большая часть опрошенных, независимо от рода деятельности, за исключением рабочих, покупает книги примерно раз в полгода. Большинство рабочих приобретают книги около раза в год. Вероятно, это обусловлено тем, что они менее образованные, а также то, что их работа довольно сложная, на нее тратится много сил и времени, из-за чего чтение и покупка книг уходят на последнее место в их жизни.

Рассмотрим особенности и влияние личного дохода респондентов¹⁷, рисунок 26:

¹⁷ Процент рассчитывается от тех, кто покупает книги.



Рисунок 26 – Особенности и влияние личного дохода

По данной диаграмме видно, что ответы респондентов довольно сильно разделились. Респонденты с доходом до 10 тыс. рублей, от 30 до 40 тыс. рублей и свыше 50 тыс. рублей покупают книги примерно раз в полгода. Возможно, данные респонденты не очень любят читать или считают, что покупка книг – это пустая трата денег, ведь сейчас книги можно читать в цифровом формате. Люди с личным доходом от 10 до 20 тыс. рублей разделились на равные части, одна часть опрошенных предпочитает покупать книги не чаще одного раза в два-три месяца (вероятно, респонденты любят читать и заниматься саморазвитием, а также не любят книги электронного формата), а другая часть покупает книги около раза в год (возможно, это говорит о том, что опрошенным не хватает собственных средств на покупку книги). Что касается респондентов с доходом от 20 до 30 тыс. рублей, то они покупают книги раз в год, это может говорить о том, что люди живут не богато, и покупка книг для них – это дорогое удовольствие. В целом, если сравнивать все группы, то можно сделать вывод, что респонденты с доходом выше 50 тыс. рублей в месяц покупают книги чаще всех. Скорее всего, это обусловлено

тем, что людям достаточно их средств, и они без проблем могут приобрести себе книги, не откладывая на них деньги заранее. Также, возможно, что у респондентов с таким доходом наличие собственных книг является символом престижа.

Рассмотрим, пользуется ли молодежь услугами книжных Интернет-магазинов¹⁸, рисунок 27.



Рисунок 27 – Услуги книжных Интернет-магазинов

Из диаграммы видно, что большинство опрошенных покупают книги как в интернет – магазинах, так и в обычных книжных магазинах. То есть можно сказать, что молодежь доверяет книжным интернет – магазинам и пользуется ими в одинаковой степени, как и обычными книжными магазинами.

Рассмотрим возрастные особенности¹⁹, рисунок 28:

¹⁸ Процент рассчитывается от тех, кто покупает книги.



Рисунок 28 – Особенности возраста

Так, большая часть опрошенных в возрасте от 22 до 25 лет и от 26 до 30 лет предпочитают покупать книги как в интернет – магазинах, так и в обычных книжных магазинах, в то время как молодежь в возрасте от 16 до 21 года покупают книги только в магазине. Вероятно, это связано с недоверием к интернет – магазинам, ведь нередко люди сталкиваются с обманом на просторах глобальной сети.

Рассмотрим влияние уровня образования²⁰, рисунок 29:



Рисунок 29 – Влияние уровня образования

¹⁹ Процент рассчитывается от тех, кто покупает книги.

²⁰ Процент рассчитывается от тех, кто покупает книги.

Смотря на диаграмму, можно сделать вывод, что люди с высшим образованием и неполным высшим предпочитают покупать книги как в интернет-магазинах, так и в обычных книжных магазинах. Возможно, это связано с тем, что заказ в интернет-магазине экономит время, а также там очень большой ассортимент книг, поэтому благовещенцам иногда удобнее просто заказать книгу. Люди же с неполным средним, средним общим и средним специальным больше предпочитают покупать книги в обычных магазинах, скорее всего, это связано с тем, что интернет-магазин не вызывает у них доверия, а также, возможно, что они не хотят ожидать срока доставки.

Рассмотрим влияние рода деятельности²¹, рисунок 30:

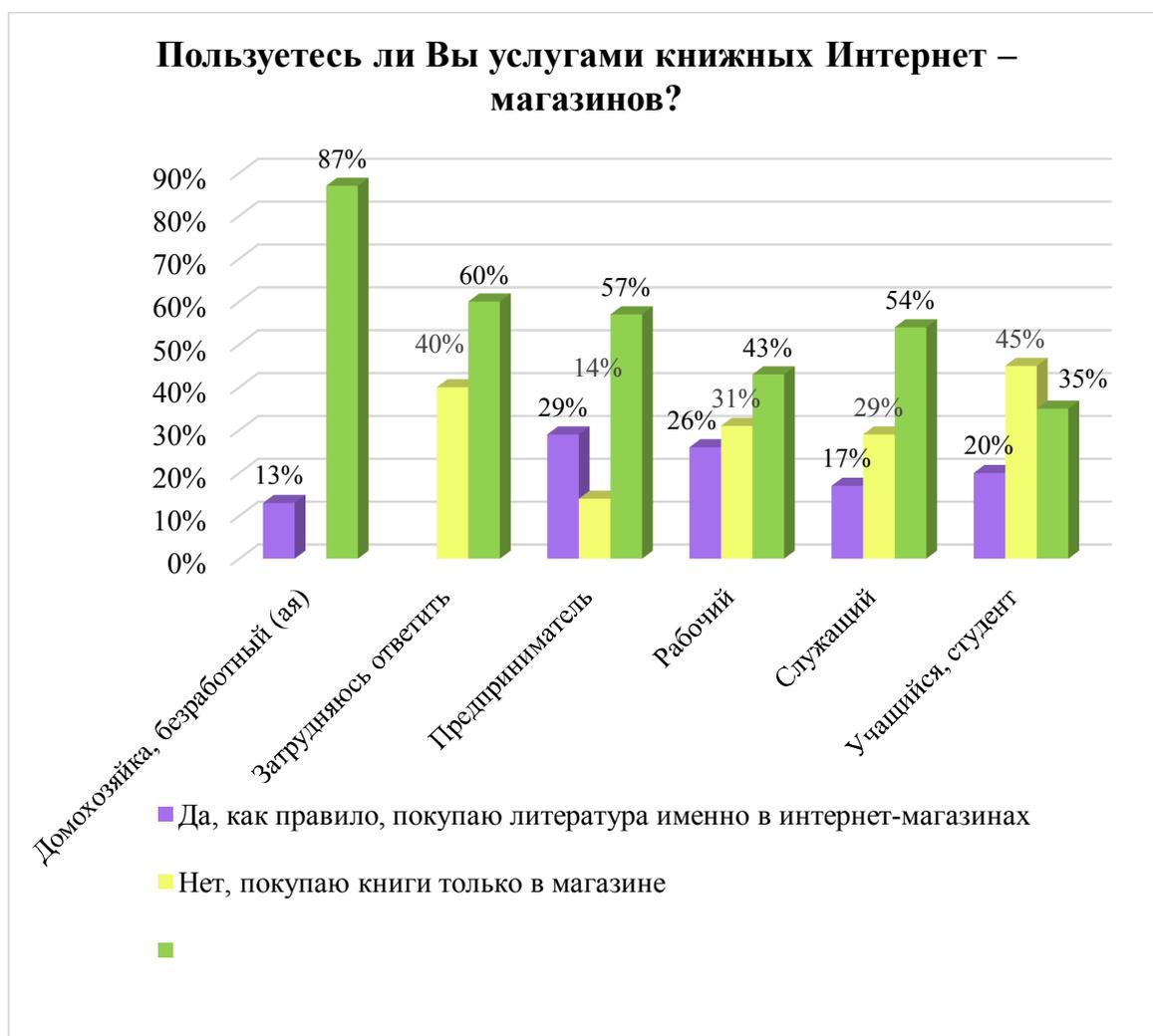


Рисунок 30 – Влияние рода деятельности

Так, можно сделать вывод, что большинство опрошенных, независимо

²¹ Процент рассчитывается от тех, кто покупает книги.

от рода деятельности, за исключением учащихся и студентов, обычно покупают книги как в интернет – магазинах, так и в книжных магазинах. Студенты и учащиеся предпочитают покупать книги только в обычных магазинах. Скорее всего, респонденты не хотят долго ожидать свой заказ и переплачивать за доставку, им удобнее посетить книжный магазин самостоятельно.

Особенности личного дохода²², рисунок 31:



Рисунок 31 – Особенности личного дохода

Из диаграммы видно, что респонденты с доходом до 10 тыс. рублей и с доходом выше 30 тыс. рублей покупают книги как в интернет-магазинах, так и в обычных книжных магазинах. Люди с личным доходом от 10 и до 30 тыс. рублей предпочитают покупать книги только в простом книжном магазине.

²² Процент рассчитывается от тех, кто покупает книги.

Скорее всего, это обусловлено тем, что они не готовы переплачивать за доставку.

Далее выясним, имеет ли для молодежи существенное значение при покупке книги ее цена²³, рисунок 32.

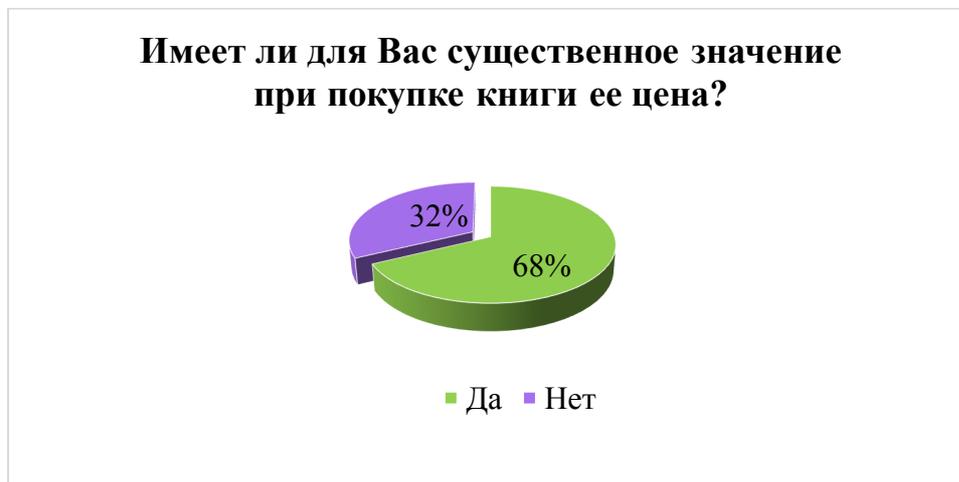


Рисунок 32 – Значение цены книги

Так, для большинства опрошенных цена имеет существенное значение. Люди не готовы тратить большую сумму на книгу.

Влияние личного дохода²⁴, рисунок 33:



Рисунок 33 – Влияние личного дохода

Смотря на диаграмму, можно сказать, что разница в личном доходе не

²³ Процент рассчитывается от тех, кто покупает книги.

²⁴ Процент рассчитывается от тех, кто покупает книги.

играет огромной роли в данном вопросе. Для всех респондентов, за исключением группы людей с доходом от 20 до 30 тыс. рублей, цена при покупке книги имеет существенное значение, благовещенцы не готовы тратить деньги на дорогие книги.

Узнаем, какую сумму готовы потратить благовещенцы на покупку книги²⁵, рисунок 34.

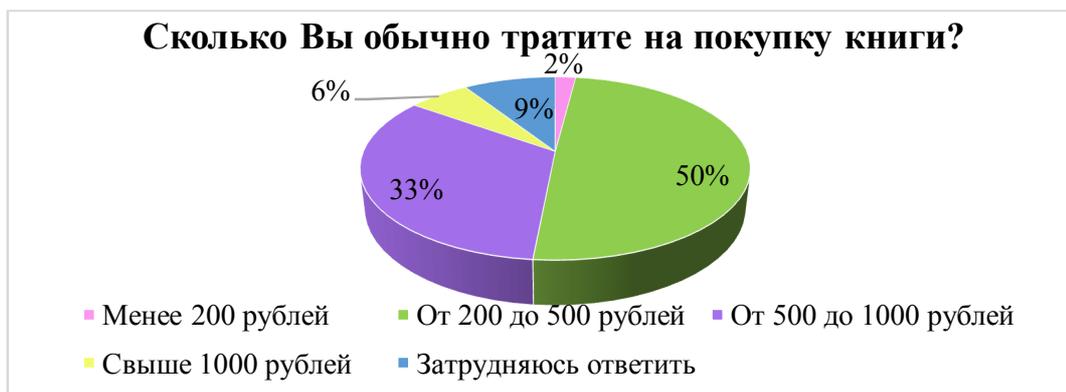


Рисунок 34 – Сумма, которую благовещенцы могут потратить на книгу

Так, большинство респондентов в среднем тратят на покупку книги от 200 до 500 рублей. Примерно треть опрошенных обычно тратит на книги от 500 до 1000 рублей.

Рассмотрим половозрастные особенности²⁶, рисунок 35 и рисунок 36:

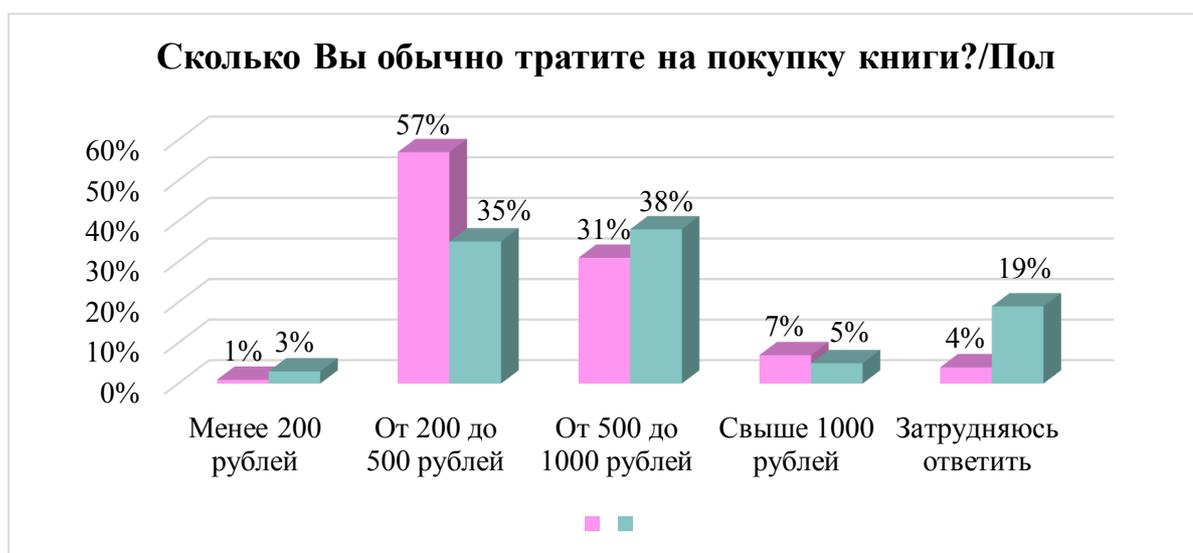


Рисунок 35 – Особенности пола

Глядя на диаграмму, можно сделать вывод, что большинство мужчин

²⁵ Процент рассчитывается от тех, кто покупает книги.

²⁶ Процент рассчитывается от тех, кто покупает книги.

готовы потратить на покупку книги сумму больше (от 500 до 1000 рублей), чем готовы потратить женщины (от 200 до 500 рублей). Возможно, это связано с тем, что мужчины обычно получают заработную плату выше.

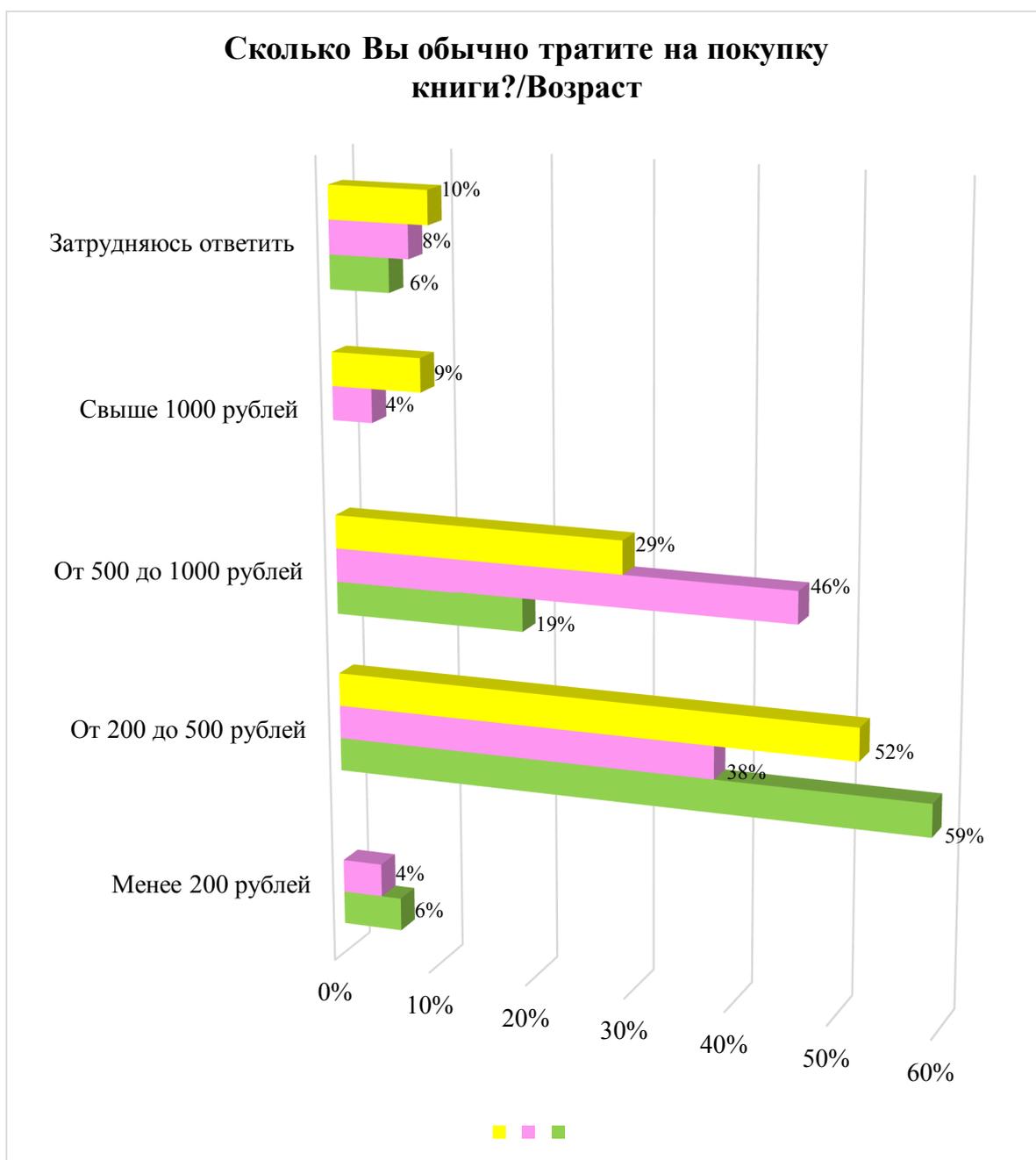


Рисунок 36 – Особенности возраста

Так, молодые люди в возрасте от 16 до 21 года и от 26 до 30 лет обычно тратят на покупку книги от 200 до 500 рублей. Может быть, это зависит от того, что деньги им необходимы на другие нужды, например, оплата обучения или содержание собственной семьи. Молодежь в возрасте от 22 до 25 лет тратят на книгу обычно от 500 до 1000 рублей.

Особенности уровня образования²⁷, рисунок 37:

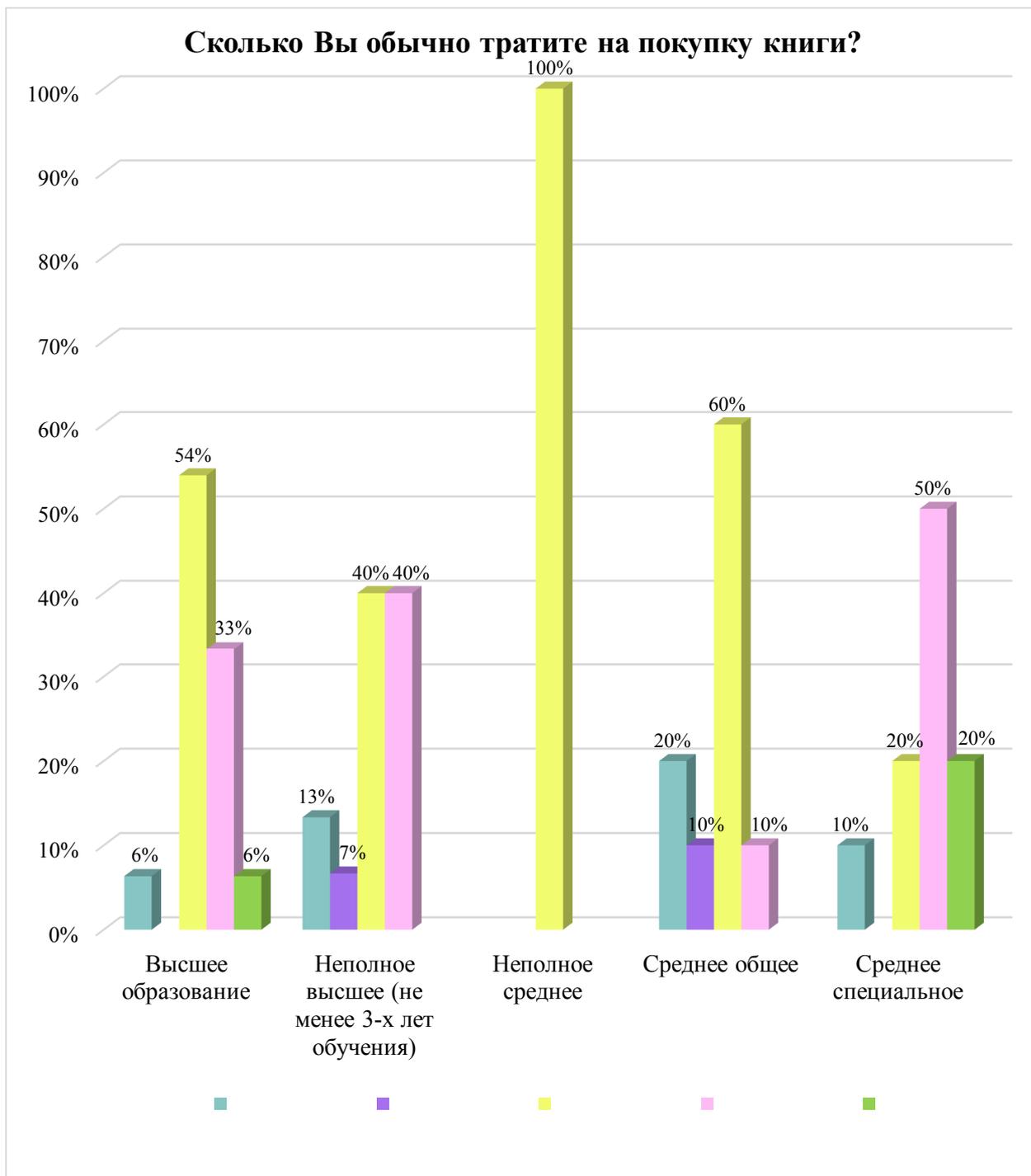


Рисунок 37 – Особенности личного дохода

Большинство опрошенных, за исключением группы респондентов со средним специальным образованием, привыкли тратить на книгу от 200 до 500 рублей. Люди со средним специальным образованием обычно тратят на покупку книг от 500 до 1000 рублей. Возможно, они покупают специальные книги для повышения своей квалификации, которые стоят не очень дешево.

²⁷ Процент рассчитывается от тех, кто покупает книги.

Влияние рода деятельности²⁸, рисунок 38:



Рисунок 38 – Влияние рода деятельности

На данной диаграмме видно, что все респонденты, кроме предпринимателей, обычно тратят на покупку книги от 200 до 500 рублей. Что касается предпринимателей, то они могут себе позволить потратить на книгу от 500 до 1000 рублей. Скорее всего, это обусловлено высоким доходом данного рода

²⁸ Процент рассчитывается от тех, кто покупает книги.

деятельности.

Влияние личного дохода респондентов²⁹:

Таблица 2 – Влияние личного дохода респондентов

		Укажите Ваш уровень личного дохода в месяц						
		До 10 000 рублей	10 001 – 20 000 рублей	20 001 – 30 000 рублей	30 001 – 40 000 рублей	40 001 – 50 000 рублей	Более 50 000 рублей	Затрудняюсь ответить
Сколько Вы обычно тратите на покупку книги?	Менее 200 рублей	9%	10%					
	От 200 до 500 рублей	54%	60%	35%	62%	64%		60%
	От 500 до 1000 рублей	19%	20%	47%	24%	29%	82%	20%
	Свыше 1000 рублей		10%	12%	9%		9%	
	Затрудняюсь ответить	18%		6%	5%	7%	9%	20%
Всего		100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

По таблице видно, что респонденты с доходом до 10 тыс. рублей, от 10 до 20 тыс. рублей и от 30 до 50 тыс. рублей готовы потратить на книгу от 200 до 500 рублей. Люди с доходом от 20 до 30 тыс. рублей и выше 50 тыс. рублей обычно тратят на покупку книги от 500 до 1000 рублей. Вероятно, это связано с тем, что им хватает их денежных средств, и они живут в достатке. Также, возможно, что дорогая книга является для них признаком престижа.

Мотивы покупки книги у молодежи

Изучим, с какой целью молодежь покупает книги³⁰, рисунок 39.

²⁹ Процент рассчитывается от тех, кто покупает книги.

³⁰ Процент рассчитывается от тех, кто покупает книги

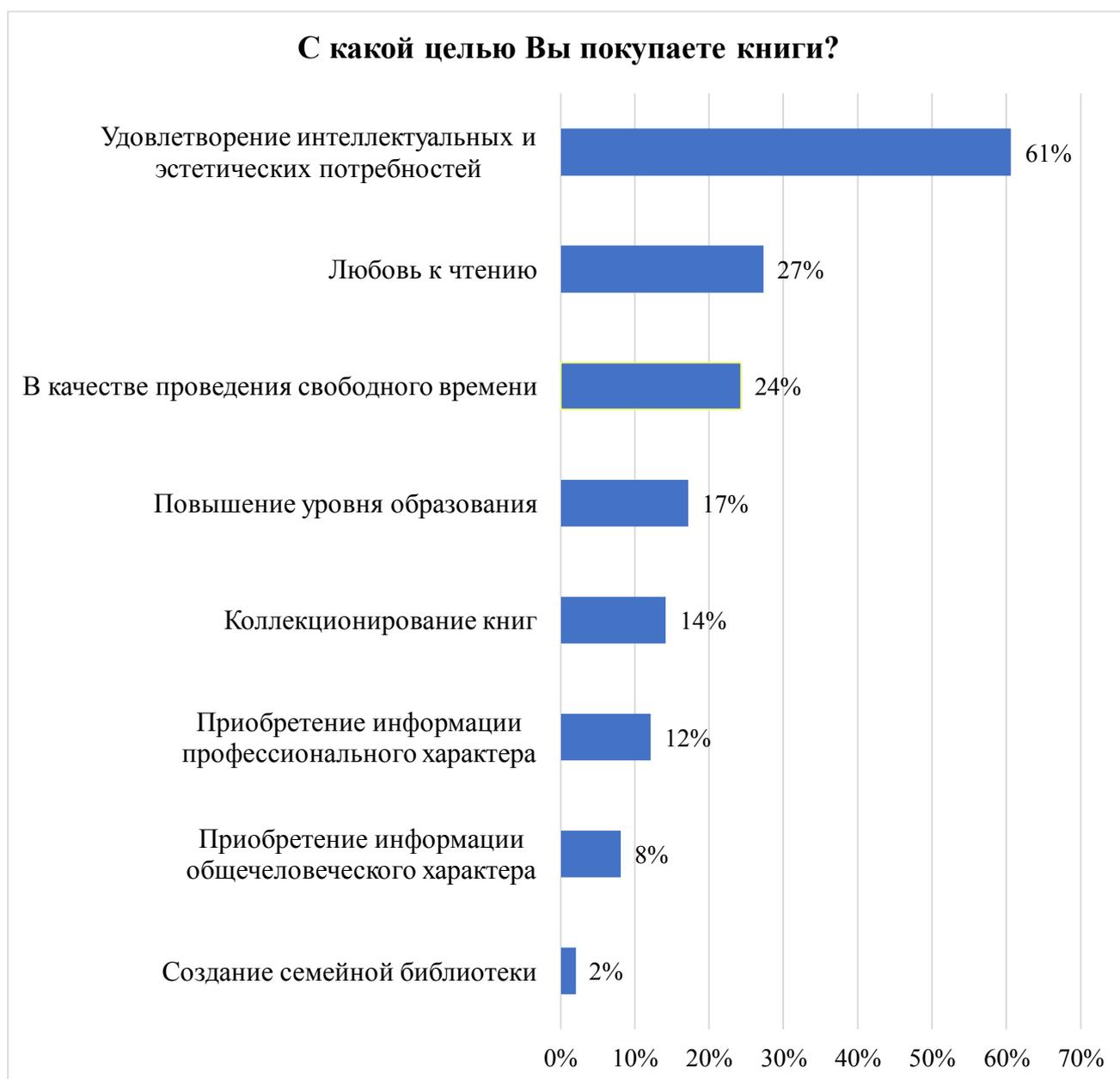


Рисунок 39 – Цели при покупке книг

Большинство опрошенных покупают книги для удовлетворения интеллектуальных и эстетических потребностей, на втором месте у респондентов стоит любовь к чтению, и чуть меньше людей ответили, что покупают книги с целью проведения свободного времени. Наименьшее число опрошенных дали ответ, что покупают книги для создания семейной библиотеки. Это связано с тем, что мода на создание семейных библиотек уходит.

Рассмотрим влияние возраста на цель покупки книги³¹, рисунок 40:

³¹ Процент рассчитывается от тех, кто покупает книги.



Рисунок 40 – Влияние возраста на цель покупки книги

Большинство опрошенных от 16 и до 30 лет покупают книги с целью удовлетворения интеллектуальных и эстетических потребностей. Затем, на втором месте и третьем месте по значимости, у молодежи от 16 до 21 года стоит повышение уровня образования и приобретение информации профессионального характера. Вероятно, это связано с тем, что люди данного возраста еще обучаются в школах или в вузах, благодаря книгам, они повышают свои знания. У респондентов от 22 до 30 лет большую роль играют такие цели покупки книги, как любовь к чтению и проведение свободного времени. Можно предположить, что люди данного возраста отдыхают и расслабляются с помощью книг.

Рассмотрим влияние уровня образования³²:

³² Процент рассчитывается от тех, кто покупает книги.

Таблица 3 – Влияние уровня образования

		Укажите Ваш уровень образования ³³				
		Высшее образование	Неполное высшее (не менее 3-х лет обучения)	Неполное среднее	Среднее общее	Среднее специальное
С какой целью Вы покупаете книги?	В качестве проведения свободного времени	30%	13%		10%	20%
	Коллекционирование книг	19%	7%		10%	
	Любовь к чтению	29%	27%		20%	30%
	Повышение уровня образования	13%	20%		40%	20%
	Приобретение информации общечеловеческого характера	13%				
	Приобретение информации профессионального характера	11%			50%	
	Создание семейной библиотеки	3%				
	Удовлетворение интеллектуальных и эстетических потребностей	68%	60%	100%	40%	30%
Всего	186%	127%	100%	170%	100%	

Исходя из таблицы, можно сказать, что опять же большинство опрошенных, независимо от уровня образования, за исключением людей со средним общим образованием, приобретают книги для удовлетворения интеллектуальных и эстетических потребностей. Люди со средним общим образованием покупают книги для приобретения информации профессионального характера. Возможно, это связано с тем, что данная группа людей стремится повысить свою квалификацию с помощью специальной литературы.

Наиболее популярные жанры книг у молодежи

Рассмотрим, какую литературу предпочитает молодежь, рисунок 41

³³ Итоговый процент больше 100, т.к. респонденты могли выбрать более одного ответа.

и рисунок 42.



Рисунок 41 – Производство литературы

Так, большинство опрошенных предпочитают зарубежную литературу. Скорее всего, это связано с тем, что нынешней молодежи больше понятна и доступна именно зарубежная литература, тем более в мире происходит вестернизация. Кроме того, зарубежная литература более разнообразна в плане жанров.

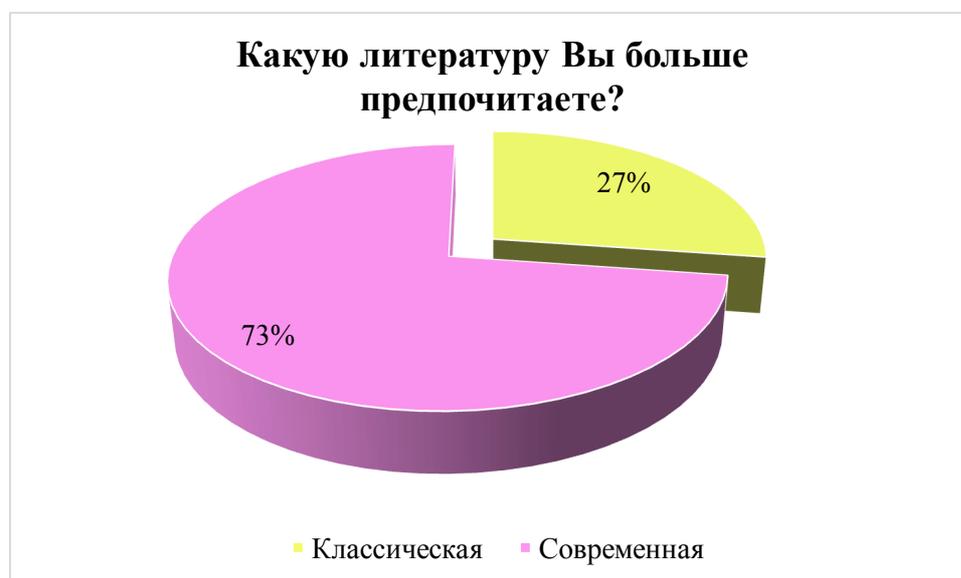


Рисунок 42 – Классическая и современная литература

Смотря на данную диаграмму, можно сказать, что молодежь предпочитает большую современную литературу. Это связано с тем, что такие книги написаны простым языком, т.е. современным языком, понятным для моло-

дых людей. Чтение такой литературы не требует особых усилий и в ее сюжет довольно легко вникнуть.

Рассмотрим, какие литературные жанры предпочитает читать молодежь, рисунок 43.

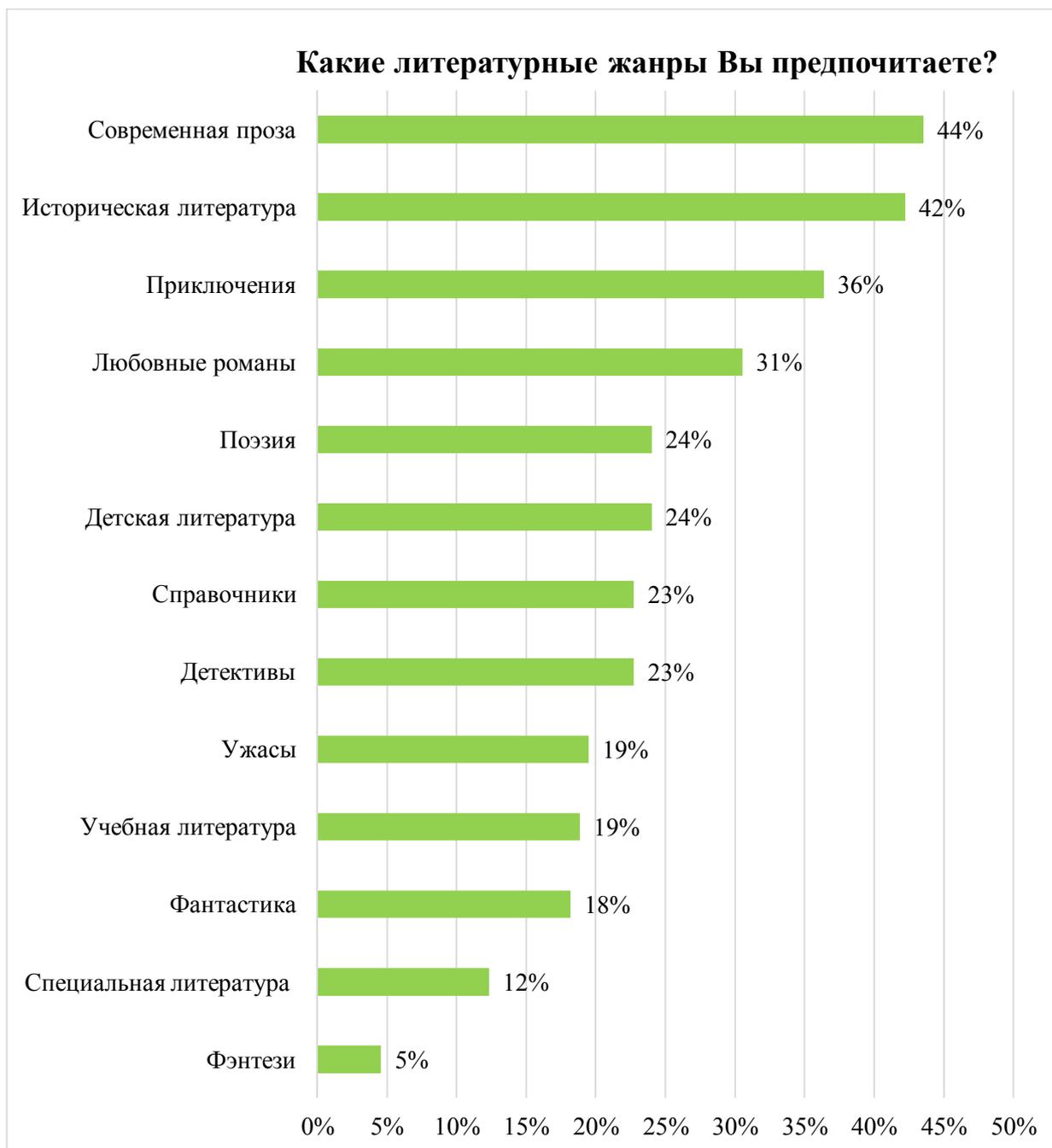


Рисунок 43 – Предпочитаемые жанры

Наибольшим спросом у молодежи среди жанров пользуется современная проза, историческая литература и приключения. Реже всего молодежь читает книги такого жанра, как фэнтези.

Выявим половозрастные особенности, рисунок 44 и рисунок 45:

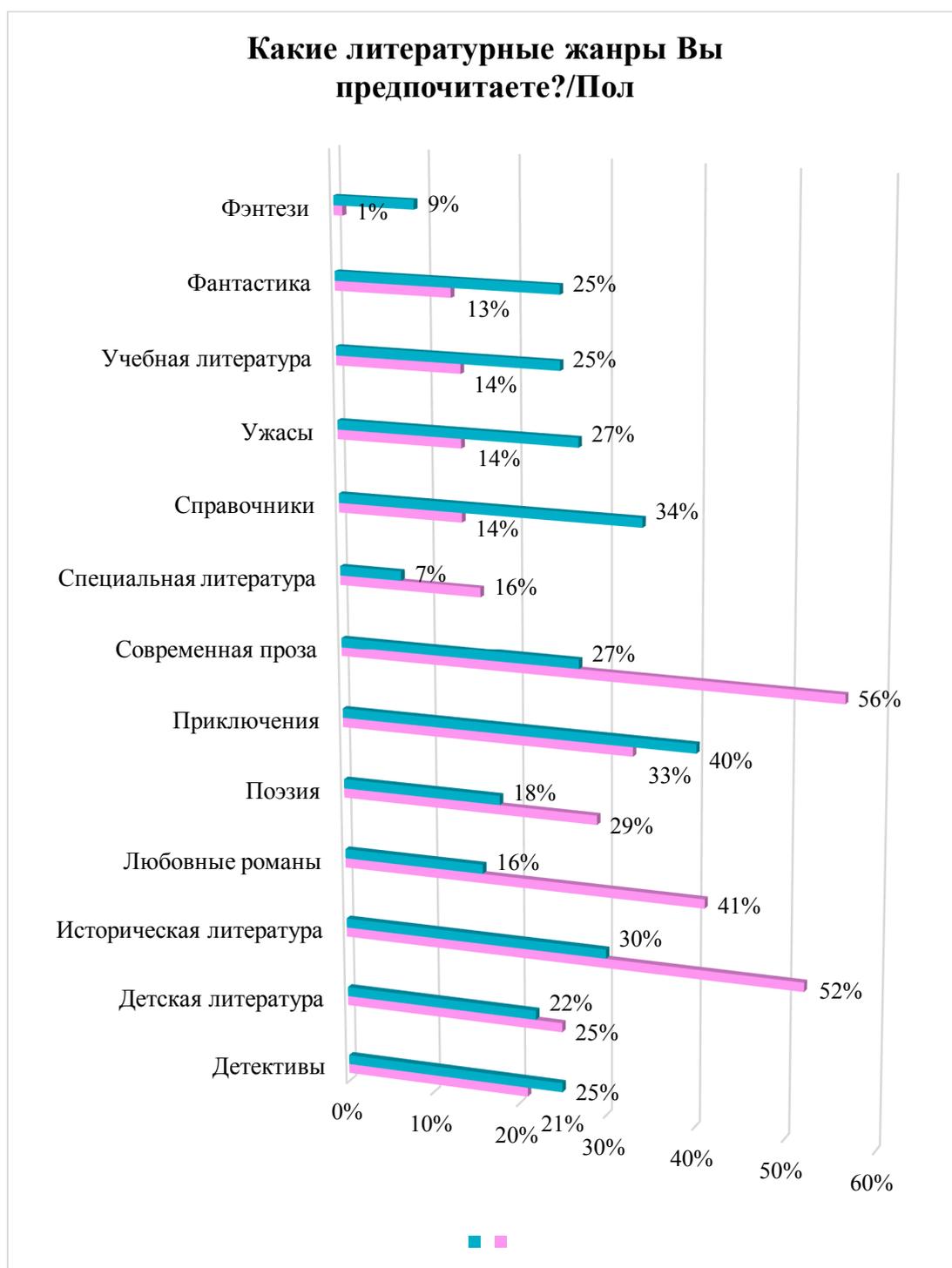


Рисунок 44 – Особенности пола

Так, женщины предпочитают такие жанры, как современная проза, историческая литература и любовные романы. Вероятнее всего, это связано с тем, что женщины эмоциональны и впечатлительны, читая такие романы, они вместе с героинями переживают любовные чувства. Мужчины же больше предпочитают читать приключения, историческую литературу и справочники. Возможно, такой жанр, как приключения, помогает мужчинам отдох-

нуть от реальности и на время представить себя каким-то героем или завоевателем.



Рисунок 45 – Особенности возраста

Данная диаграмма показывает, что молодежь в возрасте от 16 до 21 года предпочитает больше историческую литературу, современную прозу, приключения и справочники. Молодые люди в возрасте от 22 до 25 лет больше всего любят читать также историческую литературу, современную прозу и приключения. Респонденты 26 -30 лет предпочитают такие жанры, как современная проза, историческая литература и детская литература. Скорее все-

го, это связано с тем, что у молодежи этой группы уже есть своя собственная семья и дети.

Особенности уровня образования:

Таблица 4 – Особенности уровня образования

		Укажите Ваш уровень образования ³⁴				
		Высшее образование	Неполное высшее (не менее 3-х лет обучения)	Неполное среднее	Среднее общее	Среднее специальное
Какие литературные жанры Вы предпочитаете?	Детективы	24%	14%	25%	19%	29%
	Детская литература	34%	14%	25%	5%	18%
	Историческая литература	46%	64%	75%	33%	18%
	Любовные романы	37%	27%		10%	36%
	Поэзия	27%	27%		24%	18%
	Приключения	35%	41%	25%	24%	46%
	Современная проза	46%	55%	50%	43%	29%
	Специальная литература	11%	9%		24%	11%
	Справочники	16%	41%	25%	43%	11%
	Ужасы	14%	14%	25%	19%	39%
	Учебная литература	16%	32%	25%	19%	14%
	Фантастика	16%	18%	25%	24%	18%
	Фэнтези	4%	5%	25%	5%	4%
Всего		326%	361%	325%	292%	291%

Так, респонденты, имеющие высшее, неполное высшее и неполное среднее, предпочитают читать историческую литературу и современную прозу. Молодежь со средним общим любит читать современную прозу и справочники. Это может быть обусловлено тем, что данная группа людей только закончила школу, поэтому с помощью справочников она пытается узнавать и изучать мир дальше. Респонденты со средним специальным образованием предпочитают читать книги таких жанров, как приключения и ужасы.

³⁴ Итоговый процент больше 100, т.к. респонденты могли выбрать более одного ответа.

Рассмотрим влияние рода деятельности:

Таблица 5 – Влияние рода деятельности

		Укажите Ваш род деятельности ³⁵					
		Домохозяйка, безработный(ая)	Учащийся, студент	Предприниматель	Рабочий	Служащий	Затрудняюсь ответить
Какие литературные жанры Вы предпочитаете?	Детективы		25%	8%	32%	21%	21%
	Детская литература	22%	13%	46%	23%	36%	11%
	Историческая литература	33%	25%	15%	45%	45%	50%
	Любовные романы	33%	13%	38%	30%	36%	26%
	Поэзия	22%		8%	19%	39%	29%
	Приключения	11%	38%	46%	43%	30%	34%
	Современная проза	67%	38%	46%	42%	36%	47%
	Специальная литература	22%	13%	8%	11%	12%	13%
	Справочники	11%	25%		21%	21%	37%
	Ужасы	22%	25%	15%	21%	21%	16%
	Учебная литература	11%		31%	11%	14%	26%
	Фантастика	11%	38%		15%	18%	21%
Фэнтези			8%		4%	8%	
Всего	265%	253%	269%	313%	333%	339%	

Из диаграммы видно, что ответы респондентов довольно сильно разделились по жанрам. Домохозяйки и безработные больше предпочитают читать современную прозу. Учащиеся, студенты чаще читают приключения современную прозу и фантастику. Возможно, это связано с тем, что молодые люди учатся еще в школе и на уроках литературы разбирают произведения с серъ-

³⁵ Итоговый процент больше 100, т.к. респонденты могли выбрать более одного ответа.

езным сюжетом, оценить который могут лишь те, кто старше. Такие произведения кажутся им скучными, поэтому учащиеся ценят фантастику за ее необычность и возможность разнообразить досуг. Предприниматели обычно читают приключения, современную прозу и детскую литературу (вероятно, это связано с наличием собственных детей). Рабочие также, как и остальные, любят читать приключения. Скорее всего, произведения такого жанра помогают им отвлечься от тяжелой работы и рутины. Что касается служащих, то они чаще читают историческую литературу.

Влияние личного дохода:

Таблица 6 – Влияние личного дохода

		Укажите Ваш уровень личного дохода в месяц ³⁶						Затрудняюсь ответить
		До 10 000 рублей	10 000 - 20 000 рублей	20 001 - 30 000 рублей	30 001 - 40 000 рублей	40 001 - 50 000 рублей	Более 50 000 рублей	
Какие литературные жанры Вы предпочитаете?	Детективы	23%	28%	35%	5%	11%	29%	18%
	Детская литература	8%	28%	32%	11%	47%	10%	23%
	Историческая литература	62%	17%	48%	53%	47%	43%	41%
	Любовные романы	31%	31%	35%	32%	32%	24%	27%
	Поэзия	46%	31%	23%	16%	5%	29%	23%
	Приключения	46%	45%	23%	37%	68%	29%	18%
	Современная проза	69%	34%	35%	58%	37%	19%	68%
	Специальная литература	8%	21%	13%	5%	5%	14%	14%
	Справочники	38%	24%	19%	21%		48%	14%
	Ужасы	15%	17%	13%	16%	37%	24%	18%
Учебная литература	31%	10%	16%	21%	21%	29%	14%	

Продолжение таблицы 6

	Фантастика		17%	19%	21%	11%	33%	18%
	Фэнтези		3%	6%		5%	10%	5%
	Всего	377%	306%	317%	296%	326%	341%	301%

³⁶ Итоговый процент больше 100, т.к. респонденты могли выбрать более одного ответа.

Так, ответы респондентов сильно разнятся. Опрошенные с доходом до 10 тыс. рублей и от 30 до 40 тыс. рублей предпочитают современную прозу, т.к. она проста для понимания. Люди с личным доходом от 20 до 30 тыс. рублей и от 40 до 50 тыс. рублей чаще читают приключения, возможно, литература такого жанра помогает им отвлечься от рутины и представить себя на месте героев. Респонденты с доходом более 50 тыс. рублей в месяц обычно читают справочники, скорее всего, они достаточно деловые люди, поэтому с помощью такой литературы повышают свои знания.

Мы рассмотрели заявляемые предпочтения и социально одобряемые ответы, теперь сравним их с реальными предпочтениями респондентов, узнав последнюю прочитанную книгу, рисунок 46.



Рисунок 46 – Жанры последних прочитанных книг

Так, можно заметить, что большим спросом у молодежи пользуются такие жанры, как специальная литература, фэнтези, любовный роман и драма.

Далее рассмотрим половозрастные особенности, рисунок 47 и рисунок 48:



Рисунок 47 – Особенности пола

Таким образом, женщины больше всего предпочитают читать специальную литературу, любовные романы и фэнтези. Девушки довольны впечатлительны и эмоциональны, вероятно, что с помощью любовных романов они ищут романтику, которой им не хватает в жизни, им хочется помечтать о настоящих чувствах. У мужчин же большим спросом пользуется литература таких жанров, как драма, специальная литература и фэнтези. Возможно, мужчины устают от того, что в жизни они должны быть серьезными и мужественными, произведения в жанре драма помогают им немного отдохнуть от стереотипного образа. Что касается специальной литературы, то она сейчас находится в тренде, среди всех жанров. С помощью таких книг люди занимаются саморазвитием и познают себя.

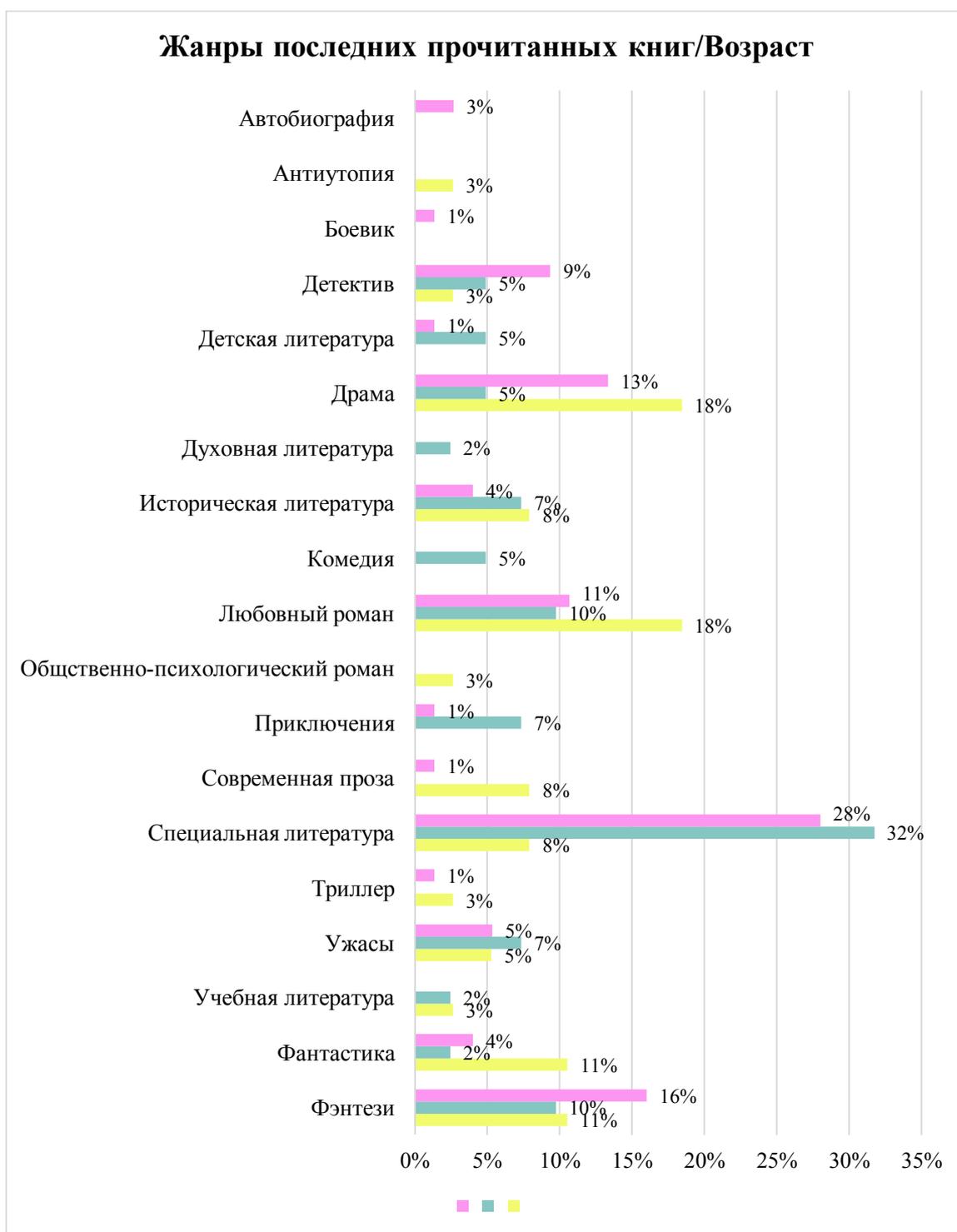


Рисунок 48 – Особенности возраста

Данная диаграмма показывает, что молодежь в возрасте от 16 до 21 года предпочитает читать любовные романы и драму. Скорее всего, с помощью таких жанров молодые люди входят в незнакомый им мир любовных отношений, узнают о чувствах. Респонденты возрастом от 22 до 30 лет любят читать специальную литературу. Возможно, что такие книги помогают им в решении их личных вопросов и проблем.

Особенности уровня образования:

Таблица 7 – Особенности уровня образования

		Укажите Ваш уровень образования				
		Высшее образование	Неполное высшее (не менее 3-х лет обучения)	Неполное среднее	Среднее общее	Среднее специальное
Жанр последней прочитанной книги	Фэнтези	18%	5%		5%	14%
	Фантастика	3%	9%			14%
	Учебная литература		9%			
	Ужасы	4%	5%	25%	10%	7%
	Триллер	1%	5%			
	Специальная литература	28%	14%		19%	29%
	Современная проза	1%	9%		5%	
	Приключения	5%				
	Общественно-психологический роман				5%	
	Любовный роман	10%	9%	25%	14%	18%
	Комедия	3%				
	Историческая литература	6%	9%		10%	
	Духовная литература		5%			
	Драма	8%	9%	25%	29%	14%
	Детская литература	3%	5%			
	Детектив	9%	5%		5%	4%
	Боевик		5%			
	Антиутопия			25%		
Автобиография	3%					
Всего		100%	100%	100%	100%	100%

Так, люди с высшим, неполным высшим, средним общим, средним специальным образованием читают в основном специальную литературу. Вероятно, таким способом они пытаются саморазвиваться дальше. Ответы респондентов с неполным средним образованием сильно разделились, им нравится читать такие жанры, как ужасы, любовные романы, драма, антиутопия. Скорее всего, это обусловлено тем, что данная группа респондентов еще

учится в школе, с помощью данных жанров ученики пытаются разнообразить школьную программу.

Особенности рода деятельности:

Таблица 8 – Особенности рода деятельности

		Укажите Ваш род деятельности					
		Домохозяйка, безработный (ая)	Учащийся, студент	Предприниматель	Рабочий	Служащий	Затрудняюсь ответить
Жанр последней прочитанной книги	Фэнтези	22%	13%	8%	9%	24%	8%
	Фантастика				4%	12%	5%
	Учебная литература	11%					3%
	Ужасы				8%	9%	5%
	Триллер				2%		3%
	Специальная литература	44%	38%	46%	28%	12%	13%
	Современная проза				2%		8%
	Приключения			8%	2%	6%	
	Общественно-психологический роман						3%
	Любовный роман	11%	25%	8%	13%	6%	16%
	Комедия				2%		3%
	Историческая литература				6%	6%	11%
	Духовная литература				2%		
	Драма	11%		31%	4%	15%	18%
	Детская литература		13%		4%		
	Детектив	9%	13%		9%	9%	3%
	Боевик				2%		
	Антиутопия						3%
	Автобиография				4%		
Всего		100%	100%	100%	100%	100%	100%

Смотря на диаграмму, можно сделать вывод, что все респонденты, за исключением служащих, предпочитают читать специальную литературу. Служащие же чаще всего читают драму.

Влияние личного дохода:

Таблица 9 – Влияние личного дохода

		Укажите Ваш уровень личного дохода в месяц						Затрудняюсь ответить
		До 10 000 рублей	10 000 - 20 000 рублей	20 001 – 30 000 рублей	30 001 – 40 000 рублей	40 001 - 50 000 рублей	Более 50 000 рублей	
Жанр последней прочитанной книги	Фэнтези		7%	23%	11%	16%	14%	14%
	Фантастика	15%	7%	6%	5%	5%		
	Учебная литература						10%	
	Ужасы	15%	7%	6%	5%	5%	5%	
	Триллер			3%			5%	
	Специальная литература	8%	38%	16%	42%	21%	5%	32%
	Современная проза	8%			5%			9%
	Приключения		3%	3%		11%		
	Общественно-психологический роман							5%
	Любовный роман	15%	14%	6%	5%	5%	19%	23%
	Комедия	8%				5%		
	Историческая литература	8%		13%		5%	14%	
	Духовная литература			3%				
	Драма	23%	7%	6%	11%	16%	24%	9%
	Детская литература		7%					5%
	Детектив		10%	10%	5%	11%	5%	
	Боевик				5%			
	Антиутопия							5%
Автобиография			3%	5%				
Всего		100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Так, опрошенные с доходом до 10 тыс. рублей и более 50 тыс. рублей предпочитают читать литературу жанра драма. Остальные респонденты (с

личным доходом в месяц от 10 до 50 тыс. рублей) обычно читают специальную литературу. Вероятно, это говорит о том, что людей не устраивает их жизнь (может быть доход), с помощью таких книг они пытаются что-то изменить, улучшить.

Узнаем, книги какого производства молодежь на самом деле читает, рисунок 49.



Рисунок 49 – Производство последней прочитанной книги

Так, можно заметить, что молодежь предпочитает читать книги зарубежного производства. Возможно, что таким образом молодые люди отвлекаются от привычной русской жизни. Помимо того, сейчас происходит заимствование западноевропейского и англо-американского образа жизни в области культуры.

Рассмотрим особенности уровня образования, рисунок 50:



Рисунок 50 – Особенности уровня образования

Из диаграммы видно, что все опрошенные, кроме респондентов со средним специальным образованием и неполным средним, предпочитают зарубежную литературу. Люди со средним специальным уровнем образования больше любят отечественную литературу, в то время как вкусы люди с неполным средним разделились, одни предпочитают зарубежные книги, другие русские.

Особенности рода деятельности, рисунок 51:



Рисунок 51 – Особенности рода деятельности

Так, все респонденты, за исключением домохозяек и безработных, предпочитают читать зарубежную литературу. Возможно, это связано с тем, что люди устали от русской жизни.

Влияние личного дохода, рисунок 52:

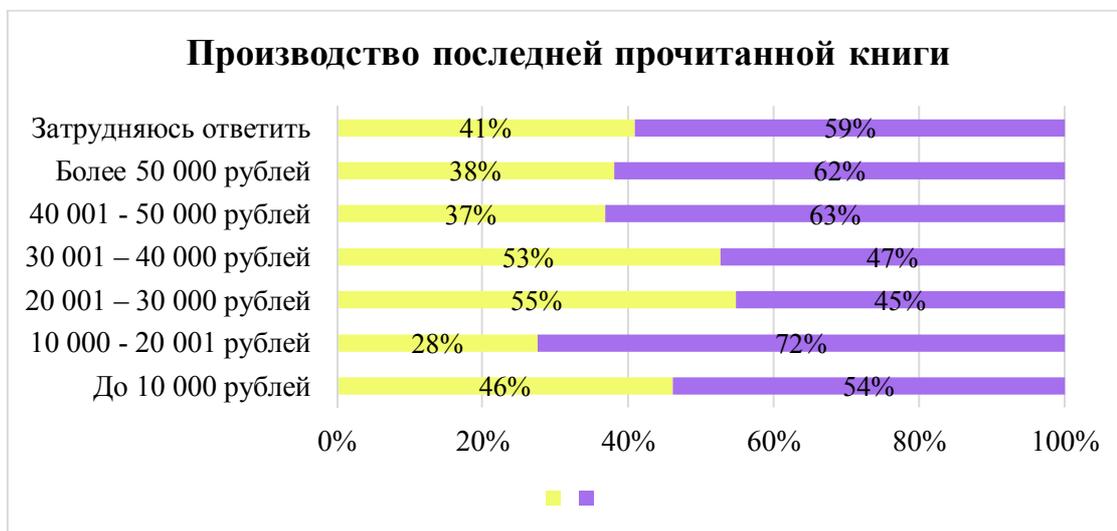


Рисунок 52 – Влияние личного дохода

Данная диаграмма показывает, что респонденты с доходом до 10 тыс. рублей, от 10 до 20 тыс. рублей и от 40 тыс. рублей и выше больше любят читать зарубежную литературу. Люди с личным доходом в месяц от 20 до 40 тыс. рублей чаще читают отечественную литературу, вероятно, что эти люди любят русскую культуру.

Выясним, современную или классическую литературу предпочитает молодежь, рисунок 53.



Рисунок 53 – Последняя прочитанная книга

Так, молодежь больше любит читать современную литературу. Скорее всего, это обусловлено тем, что устарели реалии, которые авторы описывают в классической литературе. Для современной молодежи дуэли кажутся дикостью, а юмор в произведениях слишком тонок и непонятен. Также устарел и сам язык, читать классическую литературу без толкового словаря очень сложно.

Социальные практики чтения

Выясним, посещает ли современная молодежь библиотеки, рисунок 54.



Рисунок 54 – Посещение библиотеки

Так, исходя из диаграммы, мы можем увидеть, что современная молодежь практически не ходит в библиотеки. Это может быть связано с тем, что молодые люди мало читают. Интернет вытеснил библиотеку, людям проще скачать книгу в интернете или же купить. Тем более состояние книг, имеющихся в библиотеках, чаще всего оставляет желать лучшего. Также, возможно, что молодежь не может найти нужную им литературу в данном месте.

Выясним, как часто молодежь берет книги в библиотеках, рисунок 55.³⁷



Рисунок 55 – Частота чтения книг из библиотеки

Из данной диаграммы видно, что молодежь берет книги в библиотеках реже, чем раз в год. Вероятно, это обусловлено тем, что люди перестали по-

³⁷ Процент рассчитывается от тех, кто посещает библиотеку.

сещать библиотеки, ведь сейчас любую информацию можно найти в Интернете.

Особенности уровня образования³⁸, рисунок 56:



Рисунок 56 – Особенности уровня образования

Так, молодежь с неполным средним образованием берет книги в библиотеках примерно несколько раз в год. Возможно, это связано с тем, что данные респонденты – это ученики школ. В школах есть свои собственные библиотеки, в которых учащиеся могут брать нужные им книги по учебной программе. Молодежь с высшим, неполным средним, средним специальным образованием берут литературу в библиотеке реже, чем раз в год.

Влияние личного дохода³⁹, рисунок 57:

³⁸ Процент рассчитывается от тех, кто посещает библиотеку.

³⁹ Процент рассчитывается от тех, кто посещает библиотеку.

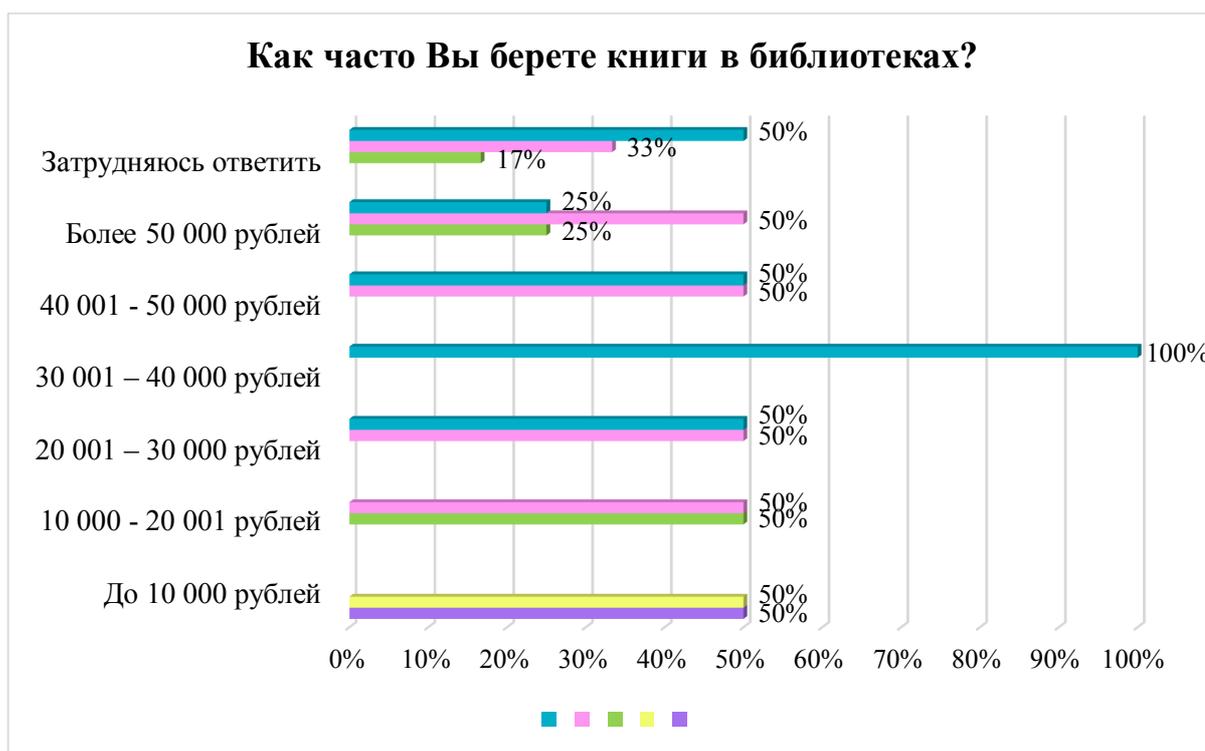


Рисунок 57 – Влияние личного дохода

Исходя из данной диаграммы, можно сказать, что молодежь с доходом до 10 тыс. рублей берут книги в библиотеках либо каждый месяц, либо каждую неделю. Вероятно, это связано с тем, что респонденты с низким доходом не могут позволить себе купить книгу в магазине. Люди с личным доходом от 10 до 20 тыс. рублей в месяц берут в библиотеке книги или реже, чем в раз год, или несколько раз в год. Молодые люди с более высоким доходом привыкли брать литературу в библиотеках реже, чем раз в год. Скорее всего, это обусловлено тем, что им хватает денег на покупку книг.

Далее выясним, где молодежь обычно читает книги, рисунок 58.



Рисунок 58 – Место чтения книг

Так, молодые люди предпочитают читать книги дома. Реже всего они читают в библиотеке. Скорее всего, это связано с тем, что в домашней обстановке с книгой люди чувствуют себя более расслаблено, чем в каком-либо другом месте, больше вникают в сюжет произведения, т.к. дома ничего не отвлекает.

Узнаем, обмениваются ли молодежь книгами, рисунок 59.

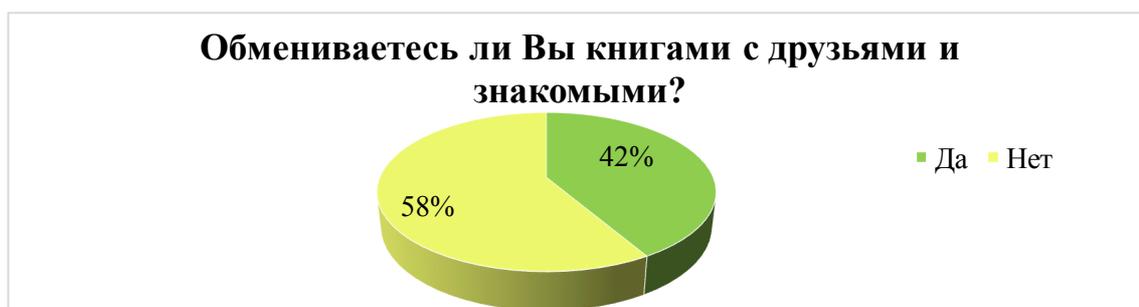


Рисунок 59 – Обмен книгами

Можно сделать вывод, что большинство опрошенных не обмениваются книгами со своими друзьями и знакомыми. Возможно, это связано с тем, что многие респонденты трепетно относятся к своим книгам, они боятся, что их могут не вернуть обратно или вернуть в непотребном виде. Кроме того, сейчас нет дефицита на книги, как было раньше, каждый человек способен приобрести любую книгу для себя лично, следовательно, нет нужды в обмене. Меньше, чем у половины респондентов все – таки присутствует такая социальная практика, как обмен книгами.

Рассмотрим особенности пола, рисунок 60:



Рисунок 60 – Особенности пола

Так, женщины, в отличие от мужчин, чаще обмениваются книгами со своими друзьями и знакомыми. Скорее всего, это связано с тем, что девушки по своей натуре более общительные, они привыкли делиться своими эмоциями и переживаниями с подругами, у них очень много тем для разговоров. Мужчины менее открытые в плане общения, их разговоры касаются более серьезных тем.

Далее выясним, обменивается ли молодежь впечатлениями о прочитанной книге, рисунок 61.

Как часто Вы обмениваетесь впечатлениями о прочитанной книге с близкими и знакомыми людьми?

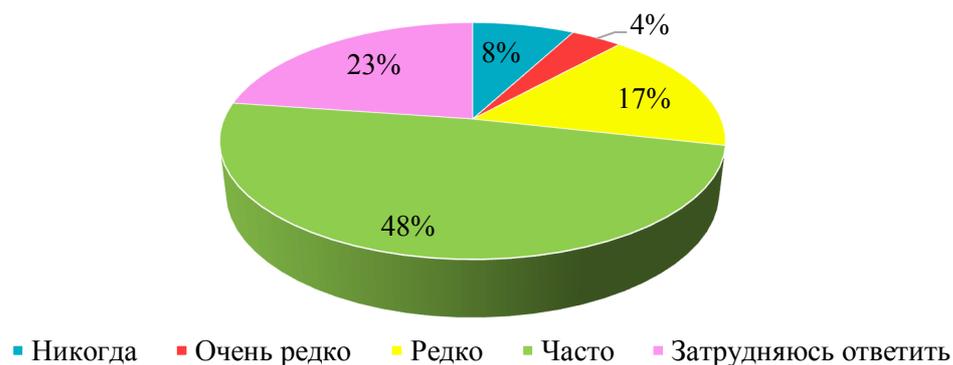


Рисунок 61 – Обмен впечатлениями

Данная диаграмма показывает, что молодежь довольно часто делится своими впечатлениями о прочитанной книге с близкими и знакомыми людьми. Вероятно, это связано с наличием общих интересов и желанием поделиться своими эмоциями, вдохновить близкого человека на прочтение данной книги.

Далее узнаем, рекомендует ли молодежь прочитанные книги своим друзьям, рисунок 62.

Рекомендуете ли Вы обычно прочитанные вами книги своим друзьям?

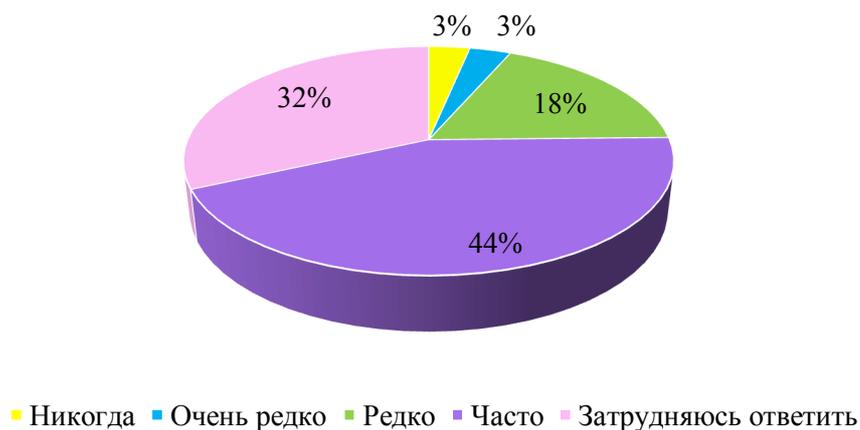


Рисунок 62 – Рекомендация книги

Так, молодые люди довольно часто рекомендуют своим друзьям прочитанные книги. Вероятно, это связано с желаниями обсудить понравившуюся книгу и вдохновить друзей на чтение.

Выясним, считает ли молодежь книгу хорошим подарком, рисунок 63.



Рисунок 63 – Книга как подарок

Большая часть опрошенных считают, что книга является хорошим подарком. Скорее всего, это связано с тем, что книга всегда была и будет универсальным подарком, ее можно подобрать для любого возраста, социального статуса, жизненной ситуации. Кроме того, книга является относительно не очень дорогим презентом, но в то же время приятным.

Рассмотрим особенности пола, рисунок 64:

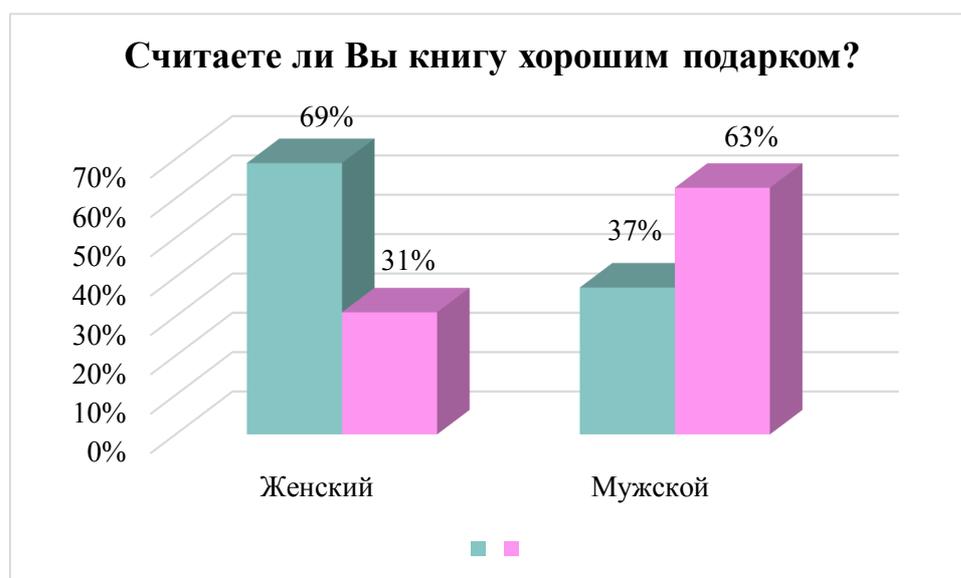


Рисунок 64 – Особенности пола

Так, мнение женщин и мужчин разделилось. Девушки думают, что книга – это хороший подарок, мужчины же считают наоборот. Скорее всего, это

связано с разницей интересов и ценностей. Мужчины привыкли получать в подарок более brutальные вещи.

Влияние уровня образования, рисунок 65:

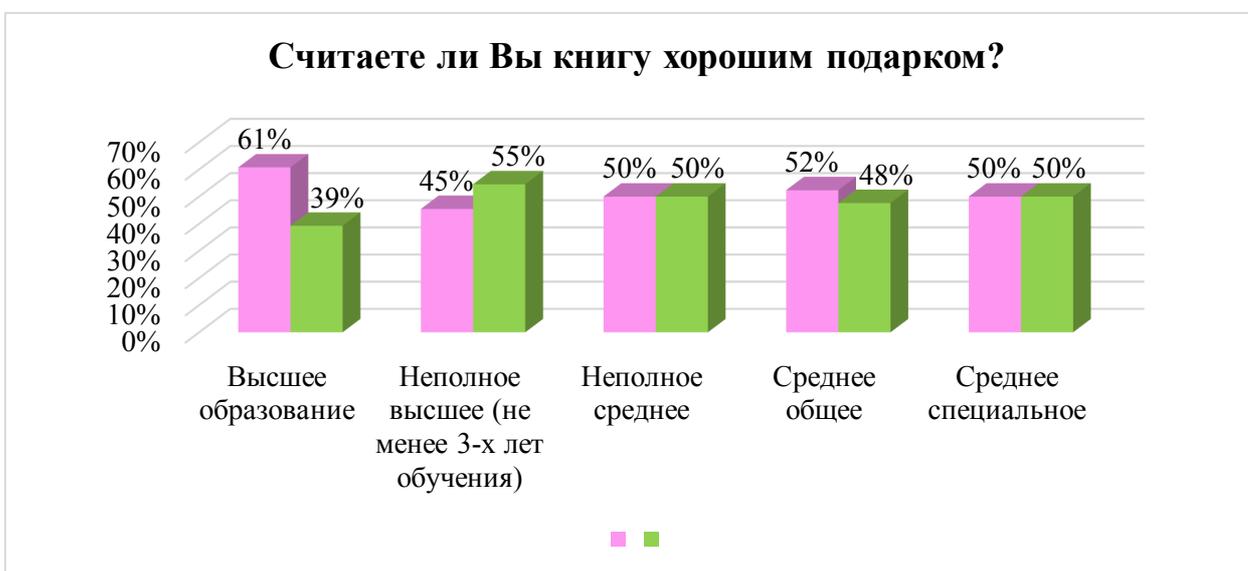


Рисунок 65 – Влияние уровня образования

Из данной диаграммы следует, что люди с высшим и средним общим образованием уверены, что книга – это отличный подарок. Респонденты с неполным высшим образованием не считают книгу хорошим подарком, возможно, это связано с нелюбовью к чтению. Опрошенные с неполным средним и средним специальным разделились во мнениях, половина думает, что книга является хорошим презентом, другая же половина так не считает.

Особенности рода деятельности, рисунок 66:



Рисунок 66 – Особенности рода деятельности

Так, за исключением предпринимателей и учащихся/студентов, все думают, что книга – это хороший подарок. Возможно, что у предпринимателей другие предпочтения в плане подарков, более дорогие и престижные. Мнения учащихся и студентов разделились, одна часть опрошенных не против книги в подарок, другая часть не думает, что книга является отличным подарком.

Особенности личного дохода, рисунок 67:



Рисунок 67 – Особенности личного дохода

Смотря на диаграмму, можно сказать, что люди с небольшим доходом (до 10 тыс. рублей, от 10 до 30 тыс. рублей и от 40 до 50 тыс. рублей), считают, что книга, как подарок, – это хорошая идея. Вероятно, это связано с тем, что данный подарок не требует больших затрат. Респонденты с личным доходом в месяц от 30 до 40 тыс. рублей и свыше 50 тыс. рублей не думают, что книга является отличным подарком. Скорее всего, они привыкли получать и дарить более дорогие подарки, чем обычная книга.

Общие выводы по исследованию:

Предпочтения молодежи по поводу формата книг разделились в зависимости от пола, возраста, образования, рода деятельности и личного дохода.

В большинстве случаев респонденты покупают книги примерно раз в полгода.

Современная молодежь покупает книги для удовлетворения интеллектуальных и эстетических потребностей, из-за любви к чтению и с целью про-

ведения свободного времени.

Если говорить о заявляемых предпочтениях и социально-одобряемых ответах, то молодежь больше любит читать современную зарубежную литературу. Среди жанров у людей пользуется спросом современная проза, историческая литература и приключения.

Что касается реальных предпочтений, то молодежь любит читать современную зарубежную литературу. Из жанров наиболее популярны – специальная литература, фэнтези и любовные романы.

Молодые люди стали реже обмениваться книгами, но продолжают обмениваться впечатлениями о прочитанных книгах, рекомендовать книги друзьям и знакомым. Кроме того, изменилось место чтения, люди не читают в библиотеках, а читают дома. Также, можно заметить, что книга до сих пор остается хорошим подарком.

2.2 Социальные особенности современного потребления книг различными читательскими группами молодежи (на примере г. Благовещенска)

Исследование проводилось среди молодежи г. Благовещенска в мае 2021 года.

Общее количество опрошенных – 9 человек. Объект исследования был разделен на три группы:

- типичные читатели (женщины от 26 до 30 лет);
- атипичные читатели (мужчины от 16 до 21 года);
- эксклюзивные читатели (женщины от 26 до 30 лет).

Это позволило выявить особенности в каждой демографической группе по ряду рассматриваемых проблем.

Предмет исследования: социальные особенности потребления книги молодежью в г. Благовещенске.

Цель: выявить социальные особенности потребления книги молодежью в г. Благовещенске.

Метод сбора данных: глубинное интервью.

Логика построения гайда:

Основой текстового содержания гайда являются теоретические и практические знания практикантов в области МиМСИ, общей социологии, социальной демографии, книжного рынка, социологии потребления, социологии культуры, социодинамики книг, в работах посвященных исследованию предпочтений литературы:

1 Акулич, М. М. Потребительское поведение молодежи на книжном рынке (на материалах социологических исследований в г. Тюмени в 2018 г.) / М. М. Акулич, И. В. Ильина, С. С. Губин // *Siberian socium*. – 2018. – № 2. – С. 45-53.

2 Аммосова, К. С. Современная молодежь и книги: проблемы и перспективы / К. С. Аммосова, З. А. Фардзинова // *Актуальные проблемы современной науки*. – 2016. – № 4(89). – С. 175-180.

3 Дрожалина, Д. В. Отношение современной молодежи к чтению // *Российская наука и образование сегодня: проблемы и перспективы*. – 2017. – № 2(15). – С. 16-17.

4 Дрозд, М. А. Изучение потребностей книжного рынка для стимулирования покупательского спроса // *Культурная жизнь Юга России. Приложение*. – 2015. – № 1(1). – С. 93-95.

5 Кольган, М.В., Пахоменков А.Е. Исследование поведения потребителей и факторы, влияющие на них // *Молодой исследователь Дона*. – 2016. – №1(1). – С. 93-96.

6 Коровина, В.Д., Молдован, А.А. Референтная группа и ее значение для потребительского поведения // *Проблемы современной науки и образования*. – 2019. – №11-2(144). – С. 37-39.

7 Кочкина, Н. А. Эластичность спроса на книги: исследование книжного рынка Северо – Западного федерального округа / Н. А. Кочкина, Е. А. Шенкман, А. С. Гордиенко // *Вестник Санкт – Петербургского университета. Менеджмент*. – 2018. – № 1(17). – С. 99-117.

8 Лизунова, И. В. Анализ потребителей книжного рынка (на при-

мере крупного мегаполиса) // Интерэкспо ГЕО – Сибирь. – 2016. – № 1(6). – С. 266-270.

9 Маремова, Л. Р. Анализ потребительских предпочтений на рынке книжной продукции в регионе / Л. Р. Маремова, И. Н. Ацканов // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2015. – № 11-3. – С. 143-146.

10 Подкладова, Т. Д. Семейное чтение как социальная практика: постановка проблемы и обзор исследований / Т. Д. Подкладова, А. Н. Губайдуллина, В. Н. Горенинцева // Азимут научных исследований: педагогика и психология. – 2017. – № 3(20). – С. 369-373.

11 Рябова, О.Н. Анализ факторов воздействия на покупательское поведение потребителей // Научный поиск. – 2016. – №1. – С. 76-78.

12 Сорокина, Г. И. Основные критерии и типологические признаки научной классификации читателей / Г.И. Сорокина // Информационное обеспечение науки: новые технологии / под ред. Т. Т. Трескова. – Екатеринбург, 2012. – С. 275-286.

13 Черных, А. С. Место чтения в современном обществе / А. С. Черных, О. С. Федорова, В. В. Шароглазова // Новая наука: проблемы и перспективы. – 2017. – № 1-2. – С. 115-117.

14 WCIOM.ru[Электронный ресурс]: офиц.сайт. – 08.08.2019. – Режим доступа: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=9841>. – 13.05.2021.

Таблица 10 – Социально–демографическая характеристика респондентов:

Пол	Процент
Мужской	33
Женский	67
Итого	100
Возраст	
16-21	33
22-25	0
25-30	67
Итого	100
Образование	
Высшее образование	44

Неполное высшее образование (не менее 3-х лет обучения)	11
Неполное среднее	11
Среднее общее	0

Продолжение таблицы 10

Среднее специальное	34
Аспирантура	0
Итого	100
Род деятельности	
Домохозяин (йка), безработный(ая)	0
Служащий	67
Рабочий	0
Предприниматель	0
Учащийся, студент	37
Затрудняюсь ответить	0
Другое	0
Итого	100
Уровень личного дохода в месяц	
До 10 000 рублей	11
10 001-20 000 рублей	11
20 001-30 000 рублей	34
30 001-40 000 рублей	33
40 001-50 000 рублей	11
Более 50 000 рублей	0
Затрудняюсь ответить	0
Итого	100

Выяснить: возраст, образование, род деятельности и уровень личного дохода в месяц?

Типичные читатели:

- 1) 27 лет. Образование высшее. Администратор кофейни, примерно 35 000 рублей в месяц.
- 2) 29 лет. Высшее образование. Я визажист, мой личный доход составляет около 30 тысяч рублей в месяц.
- 3) Мне 29 лет. Высшее образование. Работаю юристом, доход около 35.000 рублей в месяц.

Атипичные читатели:

- 4) 21 год. Среднее специальное образование. На данный момент работаю в автошколе инструктором, средний доход 45 тысяч рублей.

5) Мне 17 лет. Я студент, обучаюсь в политехническом колледже на первом курсе, доход около 1000 рублей.

6) Мне 21 год. Неполное высшее. Студент, личный доход от 10 до 20 тысяч в месяц.

Эксклюзивные читатели:

7) 27 лет. Образование среднее-специальное. Профессия педагога, связанная с воспитанием дошкольников. Мой месячный доход составляет около 30 тысячи рублей.

8) 27 лет. Образование высшее. На данный момент я учусь, получаю второе высшее образование, доход примерно 25 тысяч.

9) Мне 26 лет. Среднее специальное образование. Я работаю в образовании, педагогом. Ежемесячный доход примерно 30 тысяч рублей.

Читаете ли Вы книги? Как часто?

Типичные читатели:

1) Да, читаю, пару раз в месяц.

2) Да, каждый день читаю специализированную литературу, а художественную реже, а именно раз в две недели.

3) Да, читаю довольно часто. В месяц по две книги точно, может и меньше, при условии, что читаю сразу несколько.

Атипичные читатели:

4) Я читаю очень редко, практически не читаю, так как постоянно на работе.

5) Практически не читаю.

6) Очень редко, раз в полгода возможно.

Эксклюзивные читатели:

7) Читаю книги очень редко, примерно раз в полгода, так как часто приходится работать на компьютере, поэтому и отсюда получаю необходимую для меня информацию.

8) Последнее время я не читаю книги, если только учебную литературу.

9) В связи с большой нагрузкой на работе, на чтение книг времени практически нет, поэтому читаю редко.

Анализируя ответы на вопрос, мы видим, что типичные читатели читают книги часто, как минимум пару раз в месяц. Атипичные читатели практически не читают книги. Что касается эксклюзивных читателей, то они читают очень редко.

1. Какой формат книг Вы предпочитаете? И почему?

Типичные читатели:

1) Чаще электронный. Потому, что, во-первых, бумажные книги негде хранить, во – вторых, электронные книги дешевле.

2) Мне нравятся книги в электронном формате. На то есть несколько причин: у электронных книг удобный шрифт, и небольшой гаджет можно взять с собой куда угодно. В последнее время я часто путешествую, поэтому бережно охраняю свободное место в своём рюкзаке. С электронной читалкой таких проблем нет. Что касается бумажных книг, то беру их часто для того, чтобы внимательно рассмотреть иллюстрации. В остальном предпочитаю электронную версию.

3) Предпочитаю больше бумажный формат книг, идёт отдых от гаджетов, также и электронные могу читать, их можно взять с собой везде.

Атипичные читатели:

4) Ну, на самом деле мне без разницы какой формат, если книга мне интересна, то я с большим удовольствием её буду читать.

5) В электронном виде. Они компактнее, их можно брать собой.

6) Без разницы, могу и в электронном почитать, могу и в печатном.

Эксклюзивные читатели:

7) Больше электронный формат. Для меня так удобно.

8) Печатный. Мне так удобнее, люблю держать книгу в руках так сказать. В электронных книгах не чувствуется души.

9) Предпочитаю книги в электронном формате, их мне удобнее читать.

Итак, можно сделать вывод, что типичным ответом для эксклюзивного читателя является электронный формат книги. Для данных респондентов важно удобство при чтении. Среди типичных читателей также популярен ответ «электронный формат». Для них важна дешевизна электронных книг, а также их компактность, ведь такая книга занимает мало места, и её всегда можно взять с собой. Можно заметить, что для атипичных читателей не имеет большего значения формат книги, им без разницы, электронная она или бумажная. Скорее всего, это связано с тем, что данный тип очень мало читает и не придает особого внимания формату книги.

2. Покупаете ли Вы книги в обычных или Интернет-магазинах?

Типичные читатели:

- 1) Покупаю и в электронных магазинах, и в обычных.
- 2) Конечно, больше покупаю в интернет - магазинах, потому что не всегда можно найти нужную книгу на прилавке книжного магазина.
- 3) Покупаю как в обычных, так и в интернет-магазинах.

Атипичные читатели:

- 4) Да, покупал только в обычных магазинах, потому что не хочется долго ждать доставки.
- 5) Нет. Мне проще найти в интернете, чем их покупать и тратить на них свои деньги.
- 6) Нет, в электронном варианте стараюсь найти бесплатные книги, а печатные могу попросить у друзей.

Эксклюзивные читатели:

- 7) Я в основном покупаю книги в обычных магазинах и очень редко, потому что книги сейчас стоят недёшево. Интернет-магазины не вызывают у меня доверия.
- 8) Нет. Последние книги, которые я читала, я брала в библиотеке или у знакомых.
- 9) Книги покупаю в обычных магазинах. Не очень доверяю Интернет-магазинам.

Таким образом, типичные читатели привыкли покупать книги. Данные респонденты приобретают книги в обычных магазинах, а также пользуются услугами Интернет-магазинов. Атипичные читатели практически не покупают книги. Респонденты не хотят тратить свои денежные средства, поэтому пытаются найти бесплатные книги в Интернете. Важно заметить, что среди атипичных читателей присутствует одна из практик социального чтения – обмен книгами с друзьями. Основная часть эксклюзивных читателей покупают книги в обычных магазинах. Связано это с тем, что респонденты не доверяют Интернет-магазинам. У эксклюзивных читателей присутствует такая же практика социального чтения, как и у атипичных (обмен книгами с друзьями).

3. С какой целью Вы читаете книги?

Типичные читатели:

1) С целью профессионального развития и личностного роста.
2) Уметь рассуждать, хорошо разговаривать, пополняя словарный запас. Книги помогают научиться правильно писать. Да и просто интересно проживать сотни жизней посредством книги.

3) С целью отдыха.

Атипичные читатели:

- 4) Для получения какой – либо интересной для меня информации.
5) Для саморазвития.
6) Просто скучно, могу почитать.

Эксклюзивные читатели:

- 7) Чтобы получить определённую информацию, которая интересует меня и которая необходима для работы.
8) Наверное, чтобы развлечься, занять свободное время.
9) Читаю нужную информацию, касающуюся работы.

Таким образом, типичные читатели читают книги с целью личностного роста, профессионального развития и с целью отдыха. Атипичные читатели читают, как правило, для саморазвития, получения необходимой информации

и от скуки. Основной целью чтения эксклюзивных читателей является нахождение необходимой информации для работы.

4. Посещаете ли Вы библиотеки?

Типичные читатели:

- 1) Да.
- 2) Нет. Я люблю новые книги, которые еще не потрепаны жизнью, а в библиотеке обычно книги уже не в лучшем состоянии.
- 3) Нет, мне приятнее читать книги, которые выглядят опрятно и чисто, а в библиотеке это является редким явлением, на мой взгляд.

Атипичные читатели:

- 4) Нет, так как времени совсем нет.
- 5) Сейчас вся информация есть в Интернете, не нужно тратить много времени, чтобы её найти.
- 6) Нет, всё нахожу с помощью Интернет-ресурсов.

Эксклюзивные читатели:

- 7) Библиотеки я не посещаю из-за нехватки времени.
- 8) Давно уже там не была, лет пять наверное. Не вижу в этом необходимости. Сейчас всё можно найти в интернете.
- 9) Не посещаю. Обычно всю нужную мне информацию я нахожу на различных сайтах.

Итак, все три группы респондентов не посещают библиотеки. Причиной этому является непрезентабельный внешний вид книг, которые там находятся, а также тот факт, что молодым людям удобнее находить нужную им информацию на просторах Интернета.

5. Книги какого производства Вы предпочитаете?

Типичные читатели:

- 1) Российского и зарубежного.
- 2) Я читаю и те, и другие, но больше предпочтения отдаю все - таки отечественным.
- 3) Без разницы, главное, чтобы было написано разборчиво.

Атипичные читатели:

- 4) Зарубежных авторов. Они более интересные.
- 5) Зарубежные книги мне кажутся более интересными, у них более захватывающий сюжет обычно.
- 6) Да без разницы, какая книга понравилась, ту и читаю, не зависит от того, какого она производства.

Эксклюзивные читатели:

- 7) В основном предпочитаю зарубежные. Сюжет этих книг мне кажется интересней.
- 8) Скорее всего зарубежные. Не знаю, наверное, для меня они кажутся более интересными.
- 9) В основном отечественного производства. Эти книги более реалистичны с нашей жизнью.

Из интервью мы видим, что типичные читатели читают, как зарубежных, так и отечественных авторов. Для респондентов важно, чтобы книга была легка для понимания (т.е. разборчива). Среди атипичных и эксклюзивных читателей спросом пользуются книги зарубежных авторов. Зарубежные книги кажутся респондентам интереснее, а сюжет более захватывающим, чем у отечественных писателей.

6. Вы больше предпочитаете современную или классическую литературу?

Типичные читатели:

- 1) Мне больше нравится классическая литература, читая ее, ты как будто окунаешься в прошлое.
- 2) Предпочитаю больше классическую литературу, чем современную. Классические авторы душевнее.
- 3) Классическую. В классической литературе больше культуры и меньше грязи.

Атипичные читатели:

4) Современную. Для меня в современной литературе более понятный сленг, чем в классической.

5) Современную. Не люблю отечественную литературу, она кажется мне скучной, а некоторые слова просто непонятны.

6) Больше, наверное, классику. Не знаю, со школы, наверное, пошло так, всегда проходили произведения классиков, а современная литература, да я толком даже писателей современных не знаю.

Эксклюзивные читатели:

7) Больше предпочитаю современную литературу. Классическая литература для меня устарела.

8) Даже не знаю, уважаю классическую литературу, она мне нравится, но чаще читаю современную.

9) Больше предпочитаю современную литературу. Современная литература более интересная, на мой взгляд.

Говоря о типичных читателях, мы можем сделать вывод, что они в основном читают классическую литературу. Она помогает респондентам ощутить себя в прошлом. Классические книги содержат в себя больше культуры, а их авторы кажутся респондентам душевнее. Для атипичных читателей характерно чтение современной литературы. Такие книги для них являются более понятными и менее скучными, чем классика. Также можно заметить, что среди данной группы нашелся человек, который больше предпочитает классическую литературу, потому что к ней его приучили в школе. Типичным ответом для эксклюзивных читателей стала также «современная литература». Они читают её чаще, чем классическую. Респонденты считают, что классическая литература старомодна, она менее интересна, чем современная.

7. Какие литературные жанры Вы предпочитаете?

Типичные читатели:

1) Романы и рассказы. *(Почему именно эти жанры?)* Нет причин, просто нравятся.

2) Больше всего я предпочитаю романы, так как они очень душев-

ные, но ещё мне нравятся детективы, бывают иногда очень интересные, что не можешь оторваться, хочешь поскорее узнать, кто же всё - таки убийца.

3) Предпочитаю наши отечественные классические романы. Они очень душевные, страстные, люблю интриги, а наши авторы очень хорошо умеют об этом писать. А также зарубежную психологию, с помощью этих книг идёт личностное развитие.

Атипичные читатели:

4) Романы и детективы. Детективы интересны тем, что там расследования, интриги, а романы тем, что в них описываются романтические отношения, которые редко встретишь в жизни.

5) Фантастика, фэнтези, драма, мелодрама. По - моему мнению, они более интересные.

6) Ну, тут тоже без разницы, никогда не обращаю на это внимание.

Эксклюзивные читатели:

7) Предпочитаю детективы и драмы, потому что в них обычно интригующие сюжеты, что мне очень нравится.

8) Любовные и детективные романы. Это первое, что я начала читать и видимо автор именно этих жанров мне понравился больше всего. Нору Робертс люблю.

9) Я больше предпочитаю романы и приключения. *(Почему именно эти жанры?)* Более захватывающий и интересный сюжет.

Таким образом, типичные читатели предпочитают такие литературные жанры, как романы (они кажутся им душевными, интригующими, страстными), рассказы, детективы и специализированную литературу (т.е. зарубежную психологию), которая помогает развивать свою личность. Что касается атипичных читателей, то им больше нравятся романы, детективы, фантастика, фэнтези, драма и мелодрама. Респондентам интересно читать книги о романтических отношениях. Характерными литературными жанрами для эксклюзивных читателей являются также детективы, драмы, любовные романы и приключения. Респондентам нравятся интригующие, захватывающие и ин-

тересные сюжеты, которые присутствуют именно в данных жанрах.

8. Какой способ для Вас наиболее характерен для чтения книг художественной литературы? (По диагонали следит за сюжетом, читает только выборочные интересные моменты и т.д.)

Типичные читатели:

- 1) Читаю полностью, ничего не пропускаю.
- 2) Я читаю полностью книги, но иногда бывает, что, например, я пропускаю описание очень долгое и скучное.
- 3) Читаю все, не пропускаю.

Атипичные читатели:

- 4) Я люблю читать книгу полностью, от начала и до конца, не пропускаю ни одной строки.
- 5) Читаю полностью.
- 6) Читаю полностью книгу, от начала до конца.

Эксклюзивные читатели:

- 7) Я читаю книги от начала до конца, другого способа чтения у меня нет.
- 8) Полностью читаю, иногда, если переживаю за развитие событий, то смотрю в конец.
- 9) Всего скорее, полностью книга.

Типичным ответом для трёх групп респондентов является чтение книг полностью, от начала и до конца. Также, нашлись такие читатели, которые иногда заглядывают в конец книги, чтобы узнать, чем же все закончится, так как сильно переживают за героев.

9. Обмениваетесь ли Вы книгами со своими друзьями или знакомыми?

Типичные читатели:

- 1) Нет.
- 2) Безусловно, только с друзьями, иногда просто рекомендую какую-либо книгу к прочтению.

3) Да.

Атипичные читатели:

4) Нет.

5) Да, на более интересные.

6) Да.

Эксклюзивные читатели:

7) Обмениваюсь с друзьями, но редко.

8) Да.

9) Очень редко.

Итак, мы видим, что практически все опрошенные во всех группах обмениваются книгами со своими друзьями, при условии, что книга заинтересовала их самих.

10. Обмениваетесь ли Вы впечатлениями о прочитанной книги с близкими и знакомыми людьми?

Типичные читатели:

1) Очень редко.

2) Обязательно. Лично мне интересно слушать рецензии книги от других людей.

3) Да.

Атипичные читатели:

4) Да, я люблю рассказать о той книги, которую прочёл своим близким знакомым.

5) Да, конечно.

6) Да, бывает.

Эксклюзивные читатели:

7) Если книга сильно заинтересовала меня сюжетом, почему бы не обменяться впечатлениями о прочитанном.

8) Да, часто пересказывала книги друзьям.

9) Если сюжет книги мне понравится, то могу посоветовать прочитать своим друзьям.

Типичные читатели обычно обмениваются впечатлениями о прочитанной книге, а также любят сами слушать рекомендации друзей о том, какую книгу можно еще прочитать. Что касается, атипичных и эксклюзивных читателей, то они тоже любят рассказывать о прочитанных книгах своим друзьям и знакомым.

11. Рекомендуете ли Вы обычно прочитанные вами книги своим друзьям?

Типичные читатели:

- 1) Нет.
- 2) ... иногда просто рекомендую какую-либо книгу к прочтению.
- 3) Да.

Атипичные читатели:

- 4) Нет, я считаю, что они должны сами интересоваться книгами.
- 5) Если им будет интересно, то тогда да.
- 6) Если книга понравилась, то конечно.

Эксклюзивные читатели:

- 7) Да, интересную книгу рекомендую и даю почитать своим друзьям.
- 8) Обязательно.
- 9) Если сюжет книги мне понравится, то могу посоветовать прочитать своим друзьям.

Говоря о типичных читателях, можно отметить, что основная часть респондентов рекомендует прочитанную книгу друзьям или знакомым. Вероятно, это связано с желанием обсудить понравившуюся книгу и вдохновить друзей на чтение. Атипичные и эксклюзивные читатели рекомендуют прочитанную книгу только в том случае, если она им самим понравилась. Также атипичные читатели считают, что друзья должны сами интересоваться книгами.

12. Считаете ли Вы книгу хорошим подарком?

Типичные читатели:

1) Нет. В настоящее время каждый может купить себе книгу, в них нет дефицита и, для большинства, особой потребности.

2) Я считаю, что это просто прекрасный подарок. Подарила матери электронную книгу, ей безумно понравилось. Но думаю, что этот подарок на любителя.

3) Да, на мой взгляд, книга является хорошим подарком.

Атипичные читатели:

4) Да, это достойный подарок.

5) Относительно, если кто-то читает книги, то тогда да, конечно. А, если не читает, соответственно, нет.

6) Смотря какому человеку, если человек любит читать, то да.

Эксклюзивные читатели:

7) Да, считаю интересную книгу хорошим подарком.

8) Думаю, это подарок на любителя, если человек очень любит читать, то для него это хороший подарок, особенно если книга редкая.

9) Если книга интересная и хорошее оформление, то считаю.

Мнение типичных читателей разделилось. Основная часть опрошенных респондентов думает, что книга – это хороший подарок. Важно отметить, что они даже лично дарили такие подарки. Один из респондентов, наоборот, считает, что книга не является достойным подарком, т.к. в настоящее время каждый может купить себе книгу, в них нет дефицита и, для большинства, особой потребности. Атипичные читатели думают, что книга – это достойный подарок для тех людей, которые любят читать. Эксклюзивные читатели также считают книгу хорошим подарком. Для них важно красивое оформление книги и её редкость.

13. Помогала ли Вам когда-нибудь книга в решении жизненных проблем?

Типичные читатели:

1) Да. В учебной деятельности, как и для всех студентов, в профессиональной деятельности.

- 2) Помогла быть немного сдержанной и думать о последствиях.
- 3) Нет.

Атипичные читатели:

- 4) Нет.
- 5) При любых конфликтах, которые можно решить.
- 6) Нет, такого не было.

Эксклюзивные читатели:

- 7) Я думаю, что нет.
- 8) Даже не знаю, скорее всего нет.
- 9) Не помогала.

Итак, мы видим, что типичным читателям книга помогала в решении жизненных проблем. Они ощущали её помощь в учебной деятельности и профессиональной деятельности. Также, можно отметить, что книга влияла и на внутренний мир человека, помогала быть сдержанным человеком и думать о последствиях. Атипичные читатели разошлись во мнениях. Некоторые считают, что книга им никак не помогла. В то же время, один из респондентов пользуется опытом, который он получил из книги, в конфликтных ситуациях. Типичным ответом для эксклюзивных читателей стал тот факт, что книга не помогала им в решении жизненных проблем.

14. Как вы думаете, почему молодежь стала меньше читать?

Типичные читатели:

- 1) Потому что появились новые варианты времяпрепровождения: интернет, ютуб, тик-ток, инстаграм, социальные сети.
- 2) Сейчас молодёжь много времени проводит в интернете, забываясь во времени и вообще забывая про книги вовсе.

- 3) Появилась большая зависимость от гаджетов.

Атипичные читатели:

- 4) Им это не интересно, им интереснее провести время в интернете играя в игры, сидеть в социальных сетях.
- 5) Мне кажется, что это связано с тем, что молодёжь сейчас прово-

дит много времени в интернете, книги им стали неинтересны.

6) С появлением современных технологий, раньше люди читали чтобы занять себя в свободное время, а сейчас люди могут проводить свободное время в телефоне, компьютере и т.д.

Эксклюзивные читатели:

7) Я думаю, что у современной молодёжи общение по социальным сетям занимает большую часть времени и им такое общение интереснее, чем чтение книг.

8) Потому что появился интернет, телевидение и многое другое, чем интереснее заняться, чем читать. Сейчас интереснее посмотреть фильм, чем прочитать книгу, раньше таких возможностей было меньше.

9) Я думаю, что сейчас молодежь большую часть времени проводит в общении в соц. сетях.

Итак, мы видим, что все три группы респондентов считают, что молодежь стала меньше читать потому, что появились иные варианты времяпрепровождения (Интернет, ютуб, тик-ток, инстаграм, социальные сети). Кроме того, у молодых людей сейчас появилась большая зависимость от гаджетов.

Общие выводы по исследованию:

Молодежь сейчас располагает широким выбором развлечений, и чтение среди них не самое популярное занятие. Досуг молодых людей сейчас может быть более чем разнообразен, и многие, выбирая легкий путь, предпочитают книге телевизор или интернет.

Целями чтения типичных читателей являются личностный рост, профессиональное развитие и отдых. Что касается атипичных читателей, то они читают книги от скуки, а также для саморазвития и получения необходимой информации. Для эксклюзивных читателей мотивом чтения книг стало нахождение нужной для работы информации.

Эксклюзивные читатели предпочитают современную зарубежную литературу, а также детективы, драмы, любовные романы и приключения. Среди типичных читателей наиболее популярными являются такие жанры,

как зарубежная и отечественная классическая литература, романы, детективы и специализированные книги. Характерными жанрами для атипичных читателей стали зарубежная современная литература, романы, детективы, фантастика, фэнтези, драмы и мелодрамы.

Эксклюзивные и типичные читатели предпочитают электронные книги из-за их удобства, дешевизны и компактности. Что касается атипичных читателей, то для них не имеет значение формат книги, электронная она или бумажная.

Читатели трех групп (эксклюзивные, типичные и атипичные) привыкли обмениваться впечатлениями и книгами, рекомендовать их своим друзьям. Кроме того, изменилось место чтения, люди не читают в библиотеках. Также, можно заметить, что книга до сих пор остается хорошим подарком.

Таким образом, глубинное интервью позволило выявить особенности в каждой демографической группе по ряду рассматриваемых проблем.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Исторически книга развивалась одновременно с развитием общества, отвечая требованиям той или иной эпохи и воплощая в себе основные человеческие достижения. Большой толчок зарождению книги, а вместе с тем и духовному богатству дали Древние Цивилизации, такие как, Древний Египет, Древний Рим и т.д. Безусловно значительное влияние на развитие книги сыграли страны Европы, и, конечно же, велика роль и зарождения русской письменности. Проследив за историей возникновения и развития книги, можно сказать, что книга за все столетия претерпела большие изменения.

На поведение потребителей книги влияют внешние и внутренние факторы. К факторам внешнего влияния на потребителя можно отнести культуру общества, социальную стратификацию, малые группы и групповые коммуникации, домохозяйство и семью. К факторам внутреннего влияния относят потребности и мотивацию, восприятие и обработку информации, особенности личности, персональные ценности, образ жизни и ресурсы потребителей.

В настоящее время книги не имеют такой популярности, как прежде. Современные люди перестают читать, они считают это пустой тратой времени, особенно это касается молодежи.

На социальные особенности потребления книги как молодежью, так и обществом в целом, влияет ряд объективных и субъективных факторов: экономическая ситуация, уровень культуры, влияние референтных групп, бюджет времени на чтение, снижение социального статуса и престижа чтения, профессиональная деятельность, уровень образования, возраст, пол, ценностные ориентации и др.

Следует понимать, что чтение книг расширяет кругозор и дает волю воображению. Но это всего лишь малая часть того, какое влияние оказывает сама книга и ее чтение на жизнь современного человека. Поэтому важно сохранить книгу, как главную ценность, для будущих поколений.

В ходе двух исследований было выявлено, что молодежь в настоящее

время располагает большим выбором развлечений, и чтение среди них не занимает лидирующие позиции. Молодые люди предпочитают книге телевизор или интернет. Также следует отметить, что молодежь очень редко покупает книги, примерно раз в полгода. Бумажные книги становятся все более дорогими, а, следовательно, и менее доступными для читателя. Говоря о формате книг, то наибольшим спросом у современной молодежи пользуются электронные книги из-за своей дешевизны и компактности, ведь их удобно брать с собой. Читают электронные книги молодые люди в основном через телефон. Кроме того, можно сделать вывод, что жители г. Благовещенска предпочитают больше зарубежную современную литературу. Отечественные классические книги кажутся им скучными. Наиболее популярными жанрами являются романы, детективы, фэнтези и специальная литература. Мотивы покупки книг у молодежи – это удовлетворение интеллектуальных и эстетических потребностей, любовь к чтению, проведение свободного времени. Целями чтения у молодежи являются личностный рост, профессиональное развитие и отдых. Что касается социальных практик чтения молодежи, то можно заметить, что на сегодняшний день сохраняются как старые практики (обмен впечатлениями о прочитанной книге, рекомендация книг своим друзьям и знакомым), так и появляются новые (изменяется место чтения, меняется формат чтения и т.д.). Библиотеки сегодня становятся совершенно непопулярными у молодежи. Причиной этому является непрезентабельный внешний вид книг, которые там находятся, а также тот факт, что молодым людям удобнее находить нужную им информацию на просторах Интернета.

Сокращение объемов чтения, незначительная востребованность молодыми читателями классической литературы, составляющей достояние российской и мировой духовных культур, выявляют проблему, выраженную в ослабевании влияния литературы на воспитание и формирование личности молодых людей в области нравственного и эстетического.

Все поставленные задачи были решены в полном объеме в процессе написания данной работы, а также достигнута цель – выявить социальные

особенности потребления книги молодежью в г. Благовещенске.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Акулич, М. М. Потребительское поведение молодежи на книжном рынке (на материалах социологических исследований в г. Тюмени в 2018 г.) / М. М. Акулич, И. В. Ильина, С. С. Губин // *Siberian socium*. – 2018. – № 2. – С. 45-53.
- 2 Аммосова, К. С. Современная молодежь и книги: проблемы и перспективы / К. С. Аммосова, З. А. Фардзинова // *Актуальные проблемы современной науки*. – 2016. – № 4(89). – С. 175-180.
- 3 Аристотель. *Метафизика* / Аристотель; переводчик А. В. Кубицкий. – Москва: Издательство Юрайт, 2019. – 241 с.
- 4 Бережной, Н. М. *Человек и его потребности* / Под ред. В.Д. Диденко, СГУ сервиса – Форум, 2008. – 160с.
- 5 *Большой энциклопедический словарь* / под ред. И. Лапина [и др.]. – М. : АСТ, – 2008. – 1248 с.
- 6 Быковская, Г. А. Российское книгопечатание в русле мировых тенденций // *Современные проблемы гуманитарных и общественных наук*. – 2015. – № 1(5). – С. 23-28.
- 7 Владимиров, Л. И. *Всеобщая история книги*. – М.: Книга, 1988. – с. 112.
- 8 Воловская, Н. М., Идрисова, А. И. Факторы, влияющие на поведение потребителей // *Экономика и бизнес*. – 2020. – №4. – С. 76-79.
- 9 Воробьева, В. А., Заридзе, В. Г. К вопросу об актуальности духовных ценностей в обществе потребления // *Молодежный инновационный вестник*. – 2020. – №1. – С. 27-30.
- 10 Воронцов, А. В. Чтение как социальная проблема // *Вестник Герценовского университета*. – 2009. – № 11(73). – С. 24-33.
- 11 Генкин, Б. М. *Человек и его потребности; Норма, Инфра-М* – Москва, 2013. – 256 с.
- 12 Динер, Е. В. *Электронная книга как категория книговедения: мо-*

нография / Е. В. Динер. – Киров: ООО «Издательство «Радуга-ПРЕСС», 2017. – 245 с.

13 Дрожалина, Д. В. Отношение современной молодежи к чтению // Российская наука и образование сегодня: проблемы и перспективы. – 2017. – № 2(15). – С. 16-17.

14 Дрозд, М. А. Изучение потребностей книжного рынка для стимулирования покупательского спроса // Культурная жизнь Юга России. Приложение. – 2015. – № 1(1). – С. 93-95.

15 Егорова, А. М. Духовные потребности человека // Молодой ученый. – 2012. – № 2 (37). – С. 224-226.

16 Ермакова, М. Е. Новый взгляд на историю книги // Высшее образование в России. – 2005. – №6. – С. 166-167.

17 Есенькин, Б. С. Книжный рынок России: 1990 – 2000 годы. Динамика, экономика, организация / Б. Есенькин, Ю. Майсурадзе. – М.: МГУП, 2001. – 191 с.

18 Колкарева, И. Н., Савонова, Д. Ю. Возрождение духовных ценностей – главная задача государства // Сфера услуг: инновации и качество. – 2020. – №48. – С. 57-62.

19 Кольган, М. В., Пахоменков, А. Е. Исследование поведения потребителей и факторы, влияющие на них // Молодой исследователь Дона. – 2016. – №1(1). – С. 93-96.

20 Коровина, В. Д., Молдован, А. А. Референтная группа и ее значение для потребительского поведения // Проблемы современной науки и образования. – 2019. – №11-2(144). – С. 37-39.

21 Кочкина, Н. А. Эластичность спроса на книги: исследование книжного рынка Северо – Западного федерального округа / Н. А. Кочкина, Е. А. Шенкман, А. С. Гордиенко // Вестник Санкт – Петербургского университета. Менеджмент. – 2018. – № 1(17). – С. 99-117.

22 Лизунова, И. В. Анализ потребителей книжного рынка (на примере крупного мегаполиса) // Интерэкспо ГЕО – Сибирь. – 2016. – № 1(6). –

С. 266-270.

23 Масаев, Ю. А. История книгопечатания – величайшего изобретения человечества / Ю. А. Масаев, В. Ю. Масаев // Вестник Кузбасского государственного технического университета. – 2016. – № 3(115). – С. 150-154.

24 Маремова, Л. Р. Анализ потребительских предпочтений на рынке книжной продукции в регионе / Л. Р. Маремова, И. Н. Ацканов // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2015. – № 11-3. – С. 143-146.

25 Михайлова, Н. И. Поведение покупателей книг // Книжный бизнес. – 2005. – № 1. – С. 20-21.

26 Морозова, Т. В. Почему современная молодежь так мало читает / Т. В. Морозова // Актуальные проблемы гуманитарных наук в России и за рубежом : матер. конф. (Новосибирск, 10 февраля 2016 г.). – Новосибирск, 2016. – С. 35-40.

27 Некрасов, М.В. Анализ факторов, влияющих на покупательское поведение потребителей // Актуальные вопросы экономических наук. – 2016. – №32. – С. 84-90.

28 Одинцов, А.А., Одинцова, О.В. Психологические особенности поведения потребителей // Сервис в России и за рубежом. – 2013. – №8(46). – С. 30-35.

29 Подкладова, Т. Д. Семейное чтение как социальная практика: постановка проблемы и обзор исследований / Т. Д. Подкладова, А. Н. Губайдуллина, В. Н. Горенинцева // Азимут научных исследований: педагогика и психология. – 2017. – № 3(20). – С. 369-373.

30 Рябова, О.Н. Анализ факторов воздействия на покупательское поведение потребителей // Научный поиск. – 2016. – №1. – С. 76-78.

31 Сорокина, Г.И. Основные критерии и типологические признаки научной классификации читателей / Г.И. Сорокина // Информационное обеспечение науки: новые технологии / под ред. Т. Т. Трескова. – Екатеринбург, 2012. – С. 275-286.

32 Социология: Энциклопедия / Сост. А.А. Грицанов, В.Л. Абушен-

ко, Г.М. Евелькин, Г.Н. Соколова, О.В. Терещенко. – Мн.: Книжный Дом, 2003.– 1312 с.

33 Старцева, В. О. История книгопечатания в Китае // Социальное и экономическое развитие АТР: проблемы, опыт, перспективы. – 2013. – №1. – С. 111-115.

34 Стаф, И. К. История книги и история литературы: проблемы взаимодействия // Труды Санкт–Петербургского государственного университета. – 2018. – Т.217. – С. 99-111.

35 Татаринцева, Ю. О. Культура потребления как социологическая категория // Вестник Тамбовского университета. Серия: общественные науки. – 2016. – №3(7). – С. 66-70.

36 Тимофеев, И. Ю. Факторы, влияющие на поведение потребителей // Научное обозрение. – 2016. – № 7. – С. 138-140.

37 Черных, А. С. Место чтения в современном обществе / А. С. Черных, О. С. Федорова, В. В. Шароглазова // Новая наука: проблемы и перспективы. – 2017. – № 1-2. – С. 115-117.

38 Уледов, А. К. Духовная жизнь общества: Пробл. методологии и след. – М.: Мысль, 2002. – 271 с.

39 Bergstrom, A., Hognlund, L. E-books: In the shadow of print // Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies. – 2018. – November. – № 4. – PP. 21-31.

40 Lowden, J. Book Production // The Oxford Handbook of Byzantine Studies. – 2008. – October. – PP. 462-472.

ПРИЛОЖЕНИЕ А ПРОГРАММА ЭМПИРИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ
ПО ТЕМЕ: «СОЦИАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПОТРЕБЛЕНИЯ КНИГ
МОЛОДЕЖЬЮ Г. БЛАГОВЕЩЕНСКА»

Предметная сторона: снижение спроса на книжную продукцию.

Гносеологическая сторона: нехватка информации в области изучения социальных особенностей потребления книг.

Объект исследования: население г.Благовещенска в возрасте 16 – 30 лет.

Предмет исследования: социальные особенности потребления книги молодежью в г.Благовещенске.

Цель: выявить социальные особенности потребления книги молодежью в г.Благовещенске.

Для достижения заявленной цели поставлены следующие задачи:

1. Выявить наиболее предпочтительный формат книг у молодежи г.Благовещенска.
2. Выявить частоту покупки книг молодежью в г.Благовещенске.
3. Выявить мотивы молодежи при покупке книги в г.Благовещенске.
4. Выявить, какие жанры книг пользуются у молодежи наибольшей популярностью в г.Благовещенске.
5. Выявить социальные практики чтения молодежи г.Благовещенска.

В соответствие с задачами были сформулированы следующие гипотезы:

1. Молодежь предпочитает электронные книги, т.к. на электронном устройстве возможно сохранить огромное количество книг, а также такую книгу удобно брать с собой.
2. Молодежь достаточно редко покупает книги, т.к. бумажные книги становятся все более дорогими, а, следовательно, и менее доступными для

читателя, также в настоящее время большим спросом у молодежи пользуется электронный контент.

3. Наиболее распространенными мотивами покупки книг у молодежи являются:

1) Удовлетворение интеллектуальных и эстетических потребностей, повышение уровня образования, любовь к чтению;

2) Приобретение необходимой информации общечеловеческого или профессионального характера, новых знаний, содержащихся в книгах;

3) Покупка книги в качестве подарка на какой – либо праздник.

4. Наиболее популярными жанрами литературы среди читающей молодежи являются фантастика, детектив, классическая зарубежная и русская литература, учебная литература (справочники, учебники и т.д.).

5. С изменением отношения в обществе к книжной культуре и падением престижности чтения меняются его основные характеристики. Сохраняются старые практики (обмен впечатлениями о прочитанной книге, рекомендация книг и т.д.) и появляются новые (меняется место чтения книг, т.к. молодежь перестала читать в библиотеках, изменяется формат чтения и т.д.) связанные с процессами глобализации и информатизации.

Теоретическая интерпретация понятий.

Потребление – использование продукта в процессе удовлетворения потребностей.

Потребность – осознанная необходимость в производстве, распределении, обмене и потреблении материальных благ, социальных и культурных ценностей.

Потребитель – человек, имеющий намерения заказать или приобрести, либо заказывающий, приобретающий или использующий товары (работы, услуги) исключительно для личных, общественных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности.

Культурные ценности – это достояние определённой этнической, соци-

альной, социографической группы, которые могут быть выражены некоторыми формами художественного, изобразительного и других видов искусств.

Спрос – это количество товара, которое хотят и могут приобрести покупатели за определенный период времени при всех возможных ценах на этот товар.

Общество – это социальное образование, сформированное в результате взаимодействия и общения между собой людей с общими интересами, мыслями и целями.

Книга – один из видов печатной продукции: неперiodическое издание, состоящее из сброшюрованных или отдельных бумажных листов (страниц) или тетрадей, на которых нанесена типографским или рукописным способом текстовая и графическая (иллюстрации) информация, имеющее, как правило, твёрдый переплёт.

Электронная книга – это специализированное устройство, предназначенное для воспроизведения информации цифрового формата – текстовые файлы.

Молодежь – социально – демографическая группа, выделяемая на основе совокупности возрастных характеристик, особенностей социального положения и обусловленных тем и другим социально-психологических свойств, которые определяются общественным строем, культурой, закономерностями социализации, воспитания данного общества; современные возрастные границы от 14 – 16 до 25 – 30 лет.

Социальные практики – совокупность принятых в культуре (традиционных) способов деятельности, навыков обращения с различными предметами.

Аудиокнига – озвученное литературное произведение, записанное на любой звуковой носитель.

Референтная группа – это социальное реальное или воображаемое объединение, являющееся эталонным стандартом в сознании человека, источником вырабатывания ценностных ориентаций, социальных норм.

Структурная операционализация представлена в таблице 1.

Таблица 11 – Структурная операционализация

Социальные особенности потребления книги молодежью в г.Благовещенске	
Категория	Индикаторы
Мотивы	– удовлетворение интеллектуальных

Продолжение таблицы 11

	<ul style="list-style-type: none"> и эстетических потребностей; – повышение уровня образования; – любовь к чтению; – коллекционирование книг; – создание семейной библиотеки; – покупка книги в качестве подарка; – приобретение информации общечеловеческого или профессионального характера; – повышение престижа среди своих сверстников; – в качестве проведения свободного времени.
Частота покупки книг	<ul style="list-style-type: none"> – вообще не покупают книги; – покупают раз в год; – покупают раз в полгода; – покупают не чаще одного раза в два – три месяца; – покупают минимум один раз в месяц; – покупают не реже одного раза в месяц.

Жанры книг	<ul style="list-style-type: none"> – детектив; – фэнтези/фантастика; – классическая зарубежная литература; – классическая русская литература; – учебная литература;
------------	--

Продолжение таблицы 11

	<ul style="list-style-type: none"> – ужасы/триллеры/мистика; – любовный роман; – поэзия; – исторический роман и т.д.
Формат книги	<ul style="list-style-type: none"> – бумажная книга; – электронная книга; – аудиокнига.
Социальные практики чтения	<ul style="list-style-type: none"> – место чтения книг; – использование книг библиотек; – заимствование книг у друзей и знакомых; – книга в качестве подарка; – обмен впечатлениями о прочитанной книге; – рекомендация книг; – формат чтения книг.

Факторная операционализация представлена в таблице 2.

Таблица 12 – Факторная операционализация

Социальные особенности потребления книги в г.Благовещенске			
Объективные факторы		Субъективные факторы	
Общие	Специфические	Социально – де-	Социально –

		мографические	психологические
– уровень безработицы; – политическая ситуация; – экономическая ситуация;	– влияние референтных групп; – традиции чтения в родительской семье;	– семейное положение; – профессиональная деятельность; – возраст; – пол;	– интересы и потребности; – ценностные ориентации; – мотивация; – моральные

Продолжение таблицы 12

– уровень культуры; – средний уровень зарплаты.	– бюджет времени на чтение; – снижение социального статуса и престижа чтения; – смена мотивации чтения.	– наличие детей; – уровень образования; – образование; – род деятельности; – материальное положение.	внутренние качества.
--	---	--	----------------------

Принципиальный (стратегический) план исследования – описательный (качественно – количественная характеристика социальных явлений и процессов).

Обоснование метода сбора данных и выборки.

В качестве метода сбора данных выбран анкетный опрос, поскольку он предназначен для выявления мнений, оценок, доверия, отношения, социальных практик. Используется методика анкетирования в онлайн – формате. Данная методика выбрана в силу большего охвата разных социальных групп, большого объема получаемой информации, дешевизны (с учетом получаемого объема информации), свободы респондента во времени, большой оперативности, удобстве для респондентов, возможности повторно – сравнитель-

ного исследования, возможности описания большого количества случаев по большому количеству параметров.

Выборка будет реализована в несколько ступеней:

1 ступень – стихийная выборка (подходит для проведения онлайн – опросов, опрашиваются наиболее доступные респонденты).

2 ступень – квотная выборка (подходит для изучения мнений, представлений, оценок, установок населения, имеется официальная статистика о структуре генеральной совокупности: половозрастная структура благоверцев).

Структура генеральной совокупности представлена в таблице 3.

Таблица 13 – Структура генеральной совокупности

	муж	жен	
16 – 21	7698	6532	14230
22 – 25	7506	7974	15480
26 – 30	10307	14514	24821
	25511	29020	54531

Коэффициент квотной выборки: $200/54531 = 0,03666$

Структура выборочной совокупности представлена в таблице 4.

Таблица 14 – Структура выборочной совокупности

	муж	жен	
16 – 21	28	24	52
22 – 25	28	29	57
26 – 30	38	53	91
	94	106	200

Объем выборки: 200 респондентов (избран исходя из принципов экономности, представительности и опыта социологических служб).

Случайная ошибка выборки (при доверительном интервале 95 % и объеме 200 респондентов) рассчитана по формуле и равна:

$$\Delta = \pm t \sqrt{\frac{pq}{n} \left(1 - \frac{n}{N}\right)} \quad (1)$$

$\Delta = 0,07$ или 7%

Методы анализа данных.

Описательная статистика, корреляционный анализ при помощи пакета SPSS 22.0.

Ссылка на опрос: <https://docs.google.com/forms/d/1gQFcOC9XVB-GT99YKPo1nwut8GQje8oh2mNJ4UrtYIU/edit?usp=sharing>

Ссылка на анкету распространялась через личные контакты, WhatsApp, группы и сообщества в ВК, Instagram, Одноклассники.

ПРИЛОЖЕНИЕ Б ПРОГРАММА ЭМПИРИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ
ПО ТЕМЕ: «СОЦИАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПОТРЕБЛЕНИЯ КНИГ
РАЗЛИЧНЫМИ ЧИТАТЕЛЬСКИМИ КАТЕГОРИЯМИ МОЛОДЕЖИ
Г. БЛАГОВЕЩЕНСКА»

Предметная сторона: снижение спроса на книжную продукцию.

Гносеологическая сторона: нехватка информации в области изучения социальных особенностей потребления книг.

Объект исследования: население г. Благовещенска в возрасте 16 – 30 лет.

Предмет исследования: социальные особенности потребления книги молодежью в г. Благовещенске.

Цель: выявить социальные особенности потребления книги молодежью в г. Благовещенске.

Для достижения заявленной цели поставлены следующие задачи:

1. Выявить причины, по которым молодежь не читает книги.
2. Выявить мотивы молодежи при чтении книг в г. Благовещенске.
3. Выявить, какие жанры книг пользуются у молодежи наибольшей популярностью в г. Благовещенске.
4. Выявить наиболее предпочтительный формат книг у молодежи г. Благовещенска.
5. Выявить социальные практики чтения молодежи г. Благовещенска.

В соответствии с задачами были сформулированы следующие гипотезы:

1. Молодежь практически перестала читать, потому что, во – первых, у книг появились мощные конкуренты (Интернет, социальные сети, ТВ), а, во – вторых, из-за отсутствия свободного времени.
2. Наиболее распространенными мотивами чтения книг у молодежи являются: удовлетворение интеллектуальных и эстетических потребностей,

повышение уровня образования, любовь к чтению;

3. Наиболее популярными жанрами литературы среди читающей молодежи являются фэнтези, детектив, любовные романы, современная зарубежная литература, учебная литература (справочники, учебники и т.д.).

4. Молодежь предпочитает электронные книги, т.к. на электронном устройстве возможно сохранить огромное количество книг, а также такую книгу удобно брать с собой.

5. С изменением отношения в обществе к книжной культуре и падением престижности чтения меняются его основные характеристики. Сохраняются старые практики (обмен впечатлениями о прочитанной книге, рекомендация книг и т.д.) и появляются новые (меняется место чтения книг, т.к. молодежь перестала читать в библиотеках, изменяется формат чтения и т.д.) связанные с процессами глобализации и информатизации.

Теоретическая интерпретация понятий.

Потребление – использование продукта в процессе удовлетворения потребностей.

Потребность – осознанная необходимость в производстве, распределении, обмене и потреблении материальных благ, социальных и культурных ценностей.

Потребитель – человек, имеющий намерения заказать или приобрести, либо заказывающий, приобретающий или использующий товары (работы, услуги) исключительно для личных, общественных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности.

Культурные ценности – это достояние определённой этнической, социальной, социографической группы, которые могут быть выражены некоторыми формами художественного, изобразительного и других видов искусств.

Общество – это социальное образование, сформированное в результате взаимодействия и общения между собой людей с общими интересами, мыслями и целями.

Книга – один из видов печатной продукции: неперiodическое издание, состоящее из сброшюрованных или отдельных бумажных листов (страниц) или тетрадей, на которых нанесена типографским или рукописным способом текстовая и графическая (иллюстрации) информация, имеющее, как правило, твёрдый переплёт.

Электронная книга – это специализированное устройство, предназначенное для воспроизведения информации цифрового формата – текстовые файлы.

Молодежь – социально – демографическая группа, выделяемая на основе совокупности возрастных характеристик, особенностей социального положения и обусловленных тем и другим социально-психологических свойств, которые определяются общественным строем, культурой, закономерностями социализации, воспитания данного общества; современные возрастные границы от 14 – 16 до 25 – 30 лет.

Социальные практики – совокупность принятых в культуре (традиционных) способов деятельности, навыков обращения с различными предметами.

Аудиокнига – озвученное литературное произведение, записанное на любой звуковой носитель.

Референтная группа – это социальное реальное или воображаемое объединение, являющееся эталонным стандартом в сознании человека, источником выработки ценностных ориентаций, социальных норм.

Структурная операционализация представлена в таблице 1.

Таблица 15 – Структурная операционализация

Социальные особенности потребления книги молодежью в г.Благовещенске	
Категория	Индикаторы
Причины, по которым молодежь не читает	<ul style="list-style-type: none"> – нет привычки (родители не приучили читать в детстве); – недостаток времени; – отсутствие любви к чтению;

	<ul style="list-style-type: none"> – Интернет, социальные сети и ТВ заменяют книгу; – высокая цена на книжную продукцию; – нет хороших ярких книг – удовлетворение интеллектуальных и эстетических потребностей;
--	--

Продолжение таблицы 15

Мотивы чтения	<ul style="list-style-type: none"> – повышение уровня образования; – любовь к чтению; – приобретение информации общечеловеческого или профессионального характера; – повышение престижа среди своих сверстников; – в качестве проведения свободного времени
Жанры книг	<ul style="list-style-type: none"> – детектив; – классическая зарубежная литература; – классическая русская литература; – фэнтези/фантастика; – учебная литература; – ужасы/триллеры/мистика; – любовный роман; – поэзия; – исторический роман и т.д.
Формат книги	<ul style="list-style-type: none"> – бумажная книга; – электронная книга; – аудиокнига
Социальные практики чтения	<ul style="list-style-type: none"> – место чтения книг; – использование книг библиотек; – заимствование книг у друзей и знакомых; – книга в качестве подарка; – обмен впечатлениями о прочитанной книге;

	– рекомендация книг
--	---------------------

Факторная операционализация представлена в таблице 2.

Таблица 16 – Факторная операционализация

Социальные особенности потребления книги в г.Благовещенске			
Объективные факторы		Субъективные факторы	
Продолжение таблицы 16			
Общие	Специфические	Социально – демографические	Социально – психологические
<ul style="list-style-type: none"> – уровень безработицы; – политическая ситуация; – экономическая ситуация; – уровень культуры; – средний уровень зарплаты. 	<ul style="list-style-type: none"> – влияние референтных групп; – традиции чтения в родительской семье; – бюджет времени на чтение; – снижение социального статуса и престижа чтения; – смена мотивации чтения. 	<ul style="list-style-type: none"> – семейное положение; – профессиональная деятельность; – возраст; – пол; – наличие детей; – уровень образования; – образование; – род деятельности; – материальное положение. 	<ul style="list-style-type: none"> – интересы и потребности; – ценностные ориентации; – мотивация; – моральные внутренние качества.

Принципиальный (стратегический) план исследования – описательный (качественно – количественная характеристика социальных явлений и процессов).

Обоснование метода сбора данных и выборки.

В качестве метода сбора данных выбрано глубинное интервью, поскольку оно основано на использовании методик, побуждающих респондентов к продолжительным и обстоятельным рассуждениям на определенную тему, выявлению мотивов выбора и факторов, влияющих на него. Выбор глубинного интервью обусловлен несколькими причинами, к которым можно отнести следующее: во – первых, такой метод сбора данных выгоден с точки зрения затрат средств. Нет необходимости тиража инструментария, поиска и рекрутинга интервьюеров и кодировщиков. Во – вторых, данный метод позволяет вывить личное субъективное мнение респондентов по исследуемой теме. В – третьих, исследователь может контролировать и задавать ход беседы.

Достоинства данного метода являются: полная представленность и «большинства», и «меньшинства» мнений в силу отсутствия влияния доминирующих личностей и проблем, связанных с групповыми процессами; возможность обсуждения интимных или сугубо личных тем; отсутствие психологического давления со стороны людей своего круга; преодоление тенденции выражать широко распространенные, социально приемлемые точки зрения; возможность более дробной сегментации совокупности респондентов по сравнению с групповыми дискуссиями.

Обоснование выборки.

Тип выборки: целевая.

Данная выборка применяется для описательных качественных исследований. Основная задача – выявить информационно богатые случаи для глубокого многостороннего изучения. Исследователь заранее определяет, какие социальные признаки являются существенными для отбора участников исследования. Чаще всего – это социально – демографические показатели.

В глубинном интервью примут участие респонденты трёх типов (типичные, атипичные и эксклюзивные читатели). Внутри каждого типа будет применен метод «снежный ком». Метод отличается достаточно большой свободой по месту проведения интервью. Метод «снежного кома» применяется

тогда, когда представителей целевой группы трудно найти другими методами, доступность респондентов ограничена и к ним можно обеспечить доступ только через доверенных лиц.

Достоинства методики: высокая полнота и достоверность ответов, поскольку интервьюер приходит «по рекомендации». Относительно высокая скорость проведения работ.

Недостатки методики: в связи с тем, что целевая группа мала или труднодостижима, этот метод достаточно дорогостоящий. Раскручивание «кома» от одного человека может исказить выборку, т.к. это будут люди с примерно одинаковым уровнем дохода, похожими потребительскими предпочтениями и т.д. Для этого «цепочку» от одного человека иногда ограничивают по численности.

Общий объем выборки: 9 респондентов. Данный объем выбран исходя из принципов: экономичность, представительность, опыт социологических служб.

ПРИЛОЖЕНИЕ В ИНСТРУМЕНТАРИЙ ИССЛЕДОВАНИЯ (АНКЕТА)

АНКЕТА

Уважаемый благовещенец!

Просим Вас принять участие в социологическом опросе, посвященном изучению социальных особенностей чтения книг молодежью. Ответы будут обработаны в обобщенном виде вместе с ответами других людей исключительно в научных целях. Опрос конфиденциален и анонимен. Просьба обвести код (цифру) ответа, соответствующего Вашему мнению.

Заранее благодарим за участие в опросе!

1) Как часто Вы читаете книги?

1. Каждый день или почти каждый день
2. Примерно раз в неделю
3. Примерно раз в месяц
4. Реже, чем раз в полгода
5. Никогда или почти никогда

2) Какой формат книг Вы больше всего предпочитаете?

1. Печатный
2. Электронный
3. Аудио

3) Читаете ли Вы книги в электронном формате?

1. Да, читаю
2. Нет, не читаю (Переходите к вопросу №5)

4) На каких устройствах Вы обычно читаете книги в электронном формате?

1. Компьютер
2. Телефон
3. Планшет
4. Электронная книга
99. Другое (напишите, что именно) _____

5) Слушаете ли Вы аудиокниги?

1. Да, слушаю
2. Нет, не слушаю (Переходите к вопросу №7)

6) С помощью каких устройств Вы обычно слушаете аудиокниги?

1. Телефон
2. MP3 – плеер
3. Компьютер
4. Планшет
99. Другое (напишите, что именно) _____

7) Покупаете ли Вы книги?

1. Да
2. Нет (Перейдите к вопросу №13)

8) Как часто Вы покупаете книги?

1. Покупаю раз в год
2. Покупаю раз в полгода
3. Покупаю не чаще одного раза в два – три месяца
4. Покупаю минимум один раз в месяц
5. Покупаю не реже одного раза в месяц

9) Пользуетесь ли Вы услугами книжных Интернет – магазинов?

1. Да, как правило, покупаю литературу именно в интернет – магазинах
2. Покупаю книги как в интернет – магазинах, так и в обычных книжных магазинах
3. Нет, покупаю книги только в магазине

10) С какой целью Вы покупаете книги?

1. Удовлетворение интеллектуальных и эстетических потребностей
2. Повышение уровня образования
3. Любовь к чтению
4. Коллекционирование книг
5. Создание семейной библиотеки
6. Покупка книги в качестве подарка
7. Приобретение информации общечеловеческого характера
8. Приобретение информации профессионального характера
9. Повышение престижа среди своих сверстников
10. В качестве проведения свободного времени
99. Другое (напишите, что именно)_____

11) Имеет ли для Вас существенное значение при покупке книги ее цена?

1. Да
2. Нет

12) Сколько Вы обычно тратите на покупку книги?

1. Менее 200 рублей
2. От 200 до 500 рублей
3. От 500 до 1000 рублей
4. Свыше 1000 рублей
5. Затрудняюсь ответить

13) Посещаете ли Вы библиотеки?

1. Да
2. Нет (Переходите к вопросу №15)

14) Как часто Вы берете книги в библиотеках?

1. Каждую неделю
2. Каждый месяц
3. Несколько раз в год
4. Реже, чем раз в год
5. Затрудняюсь ответить

15) Где Вы обычно читаете книги?

1. В библиотеке
2. Дома
3. В транспорте
4. В кафе
99. Другое (напишите, что именно) _____

16) Какой литературе Вы отдаете свое предпочтение?

1. Русская литература
2. Зарубежная литература

17) Какую литературу Вы больше предпочитаете?

1. Современная
2. Классическая

18) Какие литературные жанры Вы предпочитаете?

1. Историческая литература
2. Современная проза
3. Любовные романы
4. Приключения
5. Поэзия
6. Детская литература
7. Фантастика
8. Фэнтези
9. Детективы
10. Учебная литература
11. Ужасы
12. Специальная литература (психология, бизнес, программирование, философия)
99. Другое (напишите, что именно) _____

19) Обмениваетесь ли Вы книгами с друзьями и знакомыми?

1. Да
2. Нет

20) Как часто Вы обмениваетесь впечатлениями о прочитанной книге с близкими и знакомыми людьми?

1. Часто
2. Редко
3. Очень редко
4. Никогда
5. Затрудняюсь ответить

21) Рекомендуете ли Вы обычно прочитанные вами книги своим друзьям?

1. Часто
2. Редко
3. Очень редко
4. Никогда
5. Затрудняюсь ответить

22) Считаете ли Вы книгу хорошим подарком?

1. Да
2. Нет

23) Какую последнюю книгу Вы прочитали? _____

24) Укажите Ваш пол

1. Мужской
2. Женский

25) Укажите Ваш возраст

1. 16 – 21
2. 22 – 25
3. 26 – 30
4. Другое _____

26) Укажите Ваш город

1. Благовещенск (Амурская обл.)
2. Другое _____

27) Укажите Ваш уровень образования

1. Неполное среднее
2. Среднее общее
3. Среднее специальное
4. Неполное высшее (не менее 3-х лет обучения)
5. Высшее образование
6. Аспирантура

28) Укажите Ваш род деятельности

1. Учащийся, студент
2. Служащий
3. Рабочий
4. Предприниматель
5. Домохозяйка, безработный (ая)
6. Затрудняюсь ответить
99. Другое (укажите, кто именно) _____

29) Укажите Ваш уровень личного дохода в месяц

1. До 10 000 рублей
2. 10 001 – 20 000 рублей
3. 20 001 – 30 000 рублей
4. 30 001 – 40 000 рублей
5. 40 001 – 50 000 рублей
6. Более 50 000 рублей
7. Затрудняюсь ответить

Благодарим за участие в опросе!

ПРИЛОЖЕНИЕ Г ИНСТРУМЕНТАРИЙ ИССЛЕДОВАНИЯ (ГАЙД)

План-гайд глубинного интервью:

1. Знакомство.

Выяснить возраст, образование, род деятельности и примерный доход.

2. Основная часть.

Читаете ли Вы книги? Если да, то как часто?

Какой формат книг Вы предпочитаете? И почему?

Покупаете ли Вы книги в обычных или Интернет-магазинах? Если нет, то почему?

С какой целью Вы читаете книги?

Посещаете ли Вы библиотеки?

Книги какого производства Вы предпочитаете (зарубежные или отечественные)? Почему?

Вы больше предпочитаете современную или классическую литературу? Почему?

Какие литературные жанры Вы предпочитаете? И почему?

Какой способ для Вас наиболее характерен для чтения книг художественной литературы? (По диагонали следит за сюжетом, читает только выборочные интересные моменты и т.д.)

Обмениваетесь ли Вы книгами со своими друзьями или знакомыми?

Обмениваетесь ли Вы впечатлениями о прочитанной книге с близкими знакомыми людьми?

Рекомендуете ли Вы обычно прочитанные вами книги своим друзьям?

Считаете ли Вы книгу хорошим подарком?

Помогала ли Вам когда-нибудь книга в решении жизненных проблем?

Как вы думаете, почему молодежь стала мало читать?

3. Заключение.

Подвести итоги, обобщить сказанное. Большое спасибо за Ваши ответы!

ПРИЛОЖЕНИЕ Д ТРАНСКРИПТЫ

Типичные читатели:

№1:

Интервьюер: Здравствуйте, назовите, пожалуйста, Ваш возраст.

Респондент: Добрый день. 27 лет.

Интервьюер: Какое у Вас образование?

Респондент: Высшее.

Интервьюер: Каков Ваш род деятельности и примерный личный доход в месяц?

Респондент: Администратор кофейни, примерно 35 000 рублей в месяц.

Интервьюер: Читаете ли Вы книги? Как часто?

Респондент: Да, читаю, пару раз в месяц.

Интервьюер: Какой формат книг Вы обычно предпочитаете?

Респондент: Чаще электронный.

Интервьюер: Почему именно электронный формат?

Респондент: Потому, что, во-первых, бумажные книги негде хранить, во – вторых, электронные книги дешевле.

Интервьюер: Покупаете ли Вы книги в обычных магазинах или Интернет-магазинах?

Респондент: Покупаю и в электронных магазинах, и в обычных.

Интервьюер: С какой целью Вы обычно читаете книги?

Респондент: С целью профессионального развития и личностного роста.

Интервьюер: Посещаете ли Вы библиотеки?

Респондент: Да.

Интервьюер: Книги какого производства Вы предпочитаете?

Респондент: Российского и зарубежного.

Интервьюер: То есть Вы любите одинаково, как зарубежные, так и

отечественные книги?

Респондент: Да.

Интервьюер: Вы больше предпочитаете современную или классическую литературу?

Респондент: Классическую.

Интервьюер: Почему именно классическую литературу Вы предпочитаете больше?

Респондент: В классической литературе больше культуры и меньше грязи.

Интервьюер: А какие литературные жанры Вы больше предпочитаете?

Респондент: Романы и рассказы.

Интервьюер: Почему именно эти жанры Вам нравятся больше остальных?

Респондент: Нет причин, просто нравятся.

Интервьюер: Какой способ для Вас наиболее характерен для чтения книг художественной литературы?

Респондент: Читаю полностью, ничего не пропуская.

Интервьюер: Обмениваетесь ли Вы книгами со своими друзьями или знакомыми?

Респондент: Нет.

Интервьюер: Обмениваетесь ли Вы впечатлениями о прочитанной книге с близкими или знакомыми людьми?

Респондент: Очень редко.

Интервьюер: Рекомендуете ли Вы обычно прочитанные вами книги своим друзьям или знакомым?

Респондент: Нет.

Интервьюер: Считаете ли Вы книгу хорошим подарком?

Респондент: Нет.

Интервьюер: Почему Вы так думаете?

Респондент: В настоящее время каждый может купить себе книгу, в них нет дефицита и, для большинства, особой потребности.

Интервьюер: Помогала ли Вам когда-нибудь книга в решении каких-то жизненных проблем?

Респондент: Да.

Интервьюер: Можете привести пример?

Респондент: В учебной деятельности, как и для всех студентов, в профессиональной деятельности.

Интервьюер: Как Вы думаете, почему молодёжь стала меньше читать?

Респондент: Потому что появились новые варианты времяпрепровождения: интернет, ютуб, тик-ток, инстаграм, социальные сети.

Интервьюер: Большое спасибо за Ваши ответы!

Респондент: Пожалуйста!

№2

Интервьюер: Здравствуйте, назовите, пожалуйста, свой возраст.

Респондент: 29 лет.

Интервьюер: Какое у Вас образование?

Респондент: Высшее образование.

Интервьюер: Назовите, пожалуйста, Ваш род деятельности и уровень личного дохода в месяц.

Респондент: Я визажист, мой личный доход составляет около 30 тысяч рублей в месяц.

Интервьюер: Читаете ли Вы книги? Если да, то как часто?

Респондент: Да, каждый день читаю специализированную литературу, а художественную реже, а именно раз в две недели.

Интервьюер: Какой формат книг Вы предпочитаете? И почему?

Респондент: Мне нравятся книги в электронном формате. На то есть несколько причин: у электронных книг удобный шрифт, и небольшой гаджет можно взять с собой куда угодно. В последнее время я часто путеше-

ствую, поэтому бережно охраняю свободное место в своём рюкзаке. С электронной читалкой таких проблем нет. Что касается бумажных книг, то беру их часто для того, чтобы внимательно рассмотреть иллюстрации. В остальном предпочитаю электронную версию.

Интервьюер: Покупаете ли Вы книги в обычных магазинах или Интернет-магазинах?

Респондент: Конечно, больше покупаю в интернет – магазинах, потому что не всегда можно найти нужную книгу на прилавке книжного магазина.

Интервьюер: С какой целью Вы читаете книги?

Респондент: Уметь рассуждать, хорошо разговаривать, пополняя словарный запас. Книги помогают научиться правильно писать. Да и просто интересно проживать сотни жизней посредством книги.

Интервьюер: Посещаете ли Вы библиотеки?

Респондент: Нет.

Интервьюер: Почему?

Респондент: Я люблю новые книги, которые еще не потрепаны жизнью, а в библиотеке обычно книги уже не в лучшем состоянии.

Интервьюер: Книги какого производства Вы предпочитаете?

Респондент: Я читаю и те и другие, но больше предпочтения отдаю все - таки отечественным.

Интервьюер: Вы больше предпочитаете современную или классическую литературу?

Респондент: Мне больше нравится классическая литература, читая ее, ты как будто окунаешься в прошлое.

Интервьюер: Какие литературные жанры Вы предпочитаете? И почему?

Респондент: Больше всего я предпочитаю романы, так как они очень душевные, но ещё мне нравятся детективы, бывают иногда очень интересные, что не можешь оторваться, хочешь поскорее узнать, кто же всё - таки

убийца.

Интервьюер: Какой способ для Вас наиболее характерен для чтения книг художественной литературы?

Респондент: Я читаю полностью книги, но иногда бывает, что, например, я пропускаю описание очень долгое и скучное.

Интервьюер: Обмениваетесь ли Вы книгами со своими друзьями или знакомыми?

Респондент: Безусловно, только с друзьями, иногда просто рекомендую какую-либо книгу к прочтению.

Интервьюер: Обмениваетесь ли Вы впечатлениями о прочитанной книге с близкими знакомыми людьми?

Респондент: Обязательно. Лично мне интересно слушать рецензии книги от других людей.

Интервьюер: Считаете ли Вы книгу хорошим подарком?

Респондент: Я считаю, что это просто прекрасный подарок. Подарила матери электронную книгу, ей безумно понравилось. Но думаю, что этот подарок на любителя.

Интервьюер: Помогала ли Вам когда-нибудь книга в решении жизненных проблем?

Респондент: Помогла быть немного сдержанной и думать о последствиях.

Интервьюер: Как вы думаете, почему молодежь стала мало читать?

Респондент: Сейчас молодёжь много времени проводит в интернете, забываясь во времени и вообще забывая про книги вообще.

Интервьюер: Спасибо за Ваши ответы!

№3

Интервьюер: Здравствуйте. назовите, пожалуйста, свой возраст.

Респондент: Здравствуйте, мне 29 лет.

Интервьюер: Какое у Вас образование?

Респондент: Высшее образование.

Интервьюер: Назовите, пожалуйста, Ваш род деятельности и уровень личного дохода в месяц.

Респондент: Работаю юристом, доход около 35.000 рублей в месяц.

Интервьюер: Читаете ли Вы книги? Если да, то как часто?

Респондент: Да, читаю довольно часто. В месяц по две книги точно, может и меньше, при условии, что читаю сразу несколько.

Интервьюер: Какой формат книг Вы предпочитаете? И почему?

Респондент: Предпочитаю больше бумажный формат книг, идёт отдых от гаджетов, также и электронные могу читать, их можно взять с собой везде.

Интервьюер: Покупаете ли Вы книги в обычных магазинах или Интернет-магазинах?

Респондент: Покупаю как в обычных, так и в интернет-магазинах.

Интервьюер: С какой целью Вы читаете книги?

Респондент: С целью отдыха.

Интервьюер: Посещаете ли Вы библиотеки?

Респондент: Нет, мне приятнее читать книги, которые выглядят опрятно и чисто, а в библиотеке это является редким явлением, на мой взгляд.

Интервьюер: Книги какого производства Вы предпочитаете?

Респондент: Без разницы, главное, чтобы было написано разборчиво.

Интервьюер: Вы больше предпочитаете современную или классическую литературу?

Респондент: Предпочитаю больше классическую литературу, чем современную. Классические авторы душевнее.

Интервьюер: Какие литературные жанры Вы предпочитаете? И почему?

Респондент: Предпочитаю наши отечественные классические романы. Они очень душевные, страстные, люблю интриги, а наши авторы очень хорошо умеют об этом писать. А также зарубежную психологию, с помо-

щью этих книг идёт личностное развитие.

Интервьюер: Какой способ для Вас наиболее характерен для чтения книг художественной литературы?

Респондент: Читаю все, не пропуская.

Интервьюер: Обмениваетесь ли Вы книгами со своими друзьями или знакомыми?

Респондент: Да.

Интервьюер: Обмениваетесь ли Вы впечатлениями о прочитанной книге с близкими знакомыми людьми?

Респондент: Да.

Интервьюер: Рекомендуете ли Вы обычно прочитанные вами книги своим друзьям?

Респондент: Да.

Интервьюер: Считаете ли Вы книгу хорошим подарком?

Респондент: Да, на мой взгляд, книга является хорошим подарком.

Интервьюер: Помогала ли Вам когда-нибудь книга в решении жизненных проблем?

Респондент: Нет.

Интервьюер: Как вы думаете, почему молодежь стала мало читать?

Респондент: Появилась большая зависимость от гаджетов.

Интервьюер: Спасибо за Ваши ответы!

Атипичные читатели:

№4

Интервьюер: Здравствуйте. Сколько Вам лет?

Респондент: 21 год.

Интервьюер: Какое у Вас образование?

Респондент: Среднее специальное.

Интервьюер: Каков Ваш род деятельности и примерный доход в месяц?

Респондент: На данный момент работаю в автошколе инструктором,

средний доход 45 тысяч рублей.

Интервьюер: Читаете ли Вы книги? Вообще как часто Вы читаете?

Респондент: Я читаю очень редко, практически не читаю, так как постоянно на работе.

Интервьюер: Какой формат книг Вы предпочитаете? И почему?

Респондент: Ну, на самом деле мне без разницы какой формат, если книга мне интересна, то я с большим удовольствием её буду читать.

Интервьюер: Покупаете ли Вы книги в обычных магазинах или Интернет - магазинах?

Респондент: Да, покупал только в обычных магазинах, потому что не хочется долго ждать доставки.

Интервьюер: С какой целью Вы читаете книги?

Респондент: Для получения какой – либо интересной для меня информации.

Интервьюер: Посещаете ли Вы библиотеки?

Респондент: Нет, так как времени совсем нет.

Интервьюер: Книги какого производства Вы предпочитаете?

Респондент: Зарубежных авторов.

Интервьюер: Почему именно зарубежные книги?

Респондент: Они более интересные.

Интервьюер: Вы больше предпочитаете современную или классическую литературу?

Респондент: Современную.

Интервьюер: Чем Вас привлекает современная литература?

Респондент: Для меня в современной литературе более понятный сленг, чем в классической.

Интервьюер: Какие литературные жанры Вы предпочитаете?

Респондент: Романы и детективы.

Интервьюер: Почему именно они?

Респондент: Детективы интересны тем, что там расследования, ин-

триги, а романы тем, что в них описываются романтические отношения, которые редко встретишь в жизни.

Интервьюер: Какой способ для Вас наиболее характерен для чтения книг художественной литературы?

Респондент: Я люблю читать книгу полностью, от начала и до конца, не пропуская ни одной строки.

Интервьюер: Обмениваетесь ли Вы книгами со своими друзьями или знакомыми?

Респондент: Нет.

Интервьюер: Обмениваетесь ли Вы впечатлениями о прочитанной книге с близкими знакомыми людьми?

Респондент: Да, я люблю рассказать о той книге, которую прочёл своим близким знакомым.

Интервьюер: Рекомендуете ли Вы обычно прочитанные вами книги своим друзьям?

Респондент: Нет, я считаю, что они должны сами интересоваться книгами.

Интервьюер: Считаете ли Вы книгу хорошим подарком?

Респондент: Да, это достойный подарок.

Интервьюер: Помогала ли Вам когда-нибудь книга в решении жизненных проблем?

Респондент: Нет.

Интервьюер: Как вы думаете, почему молодежь стала мало читать?

Респондент: Им это не интересно, им интереснее провести время в интернете играя в игры, сидеть в социальных сетях.

Интервьюер: Спасибо за ответы!

№5

Интервьюер: Здравствуйте, назовите пожалуйста, Ваш возраст.

Респондент: Здравствуйте. Мне 17 лет.

Интервьюер: Какое у Вас образование?

Респондент: Пока еще неполное среднее специальное образование.

Интервьюер: Каков Ваш род деятельности и примерный личный доход в месяц?

Респондент: Я студент, обучаюсь в политехническом колледже на первом курсе, доход около 1000 рублей.

Интервьюер: Читаете ли Вы книги?

Респондент: Относительно.

Интервьюер: Как часто?

Респондент: Практически не читаю.

Интервьюер: Какой формат книг Вы обычно предпочитаете?

Респондент: В электронном виде.

Интервьюер: Почему именно электронный формат?

Респондент: Они компактнее, их можно брать собой.

Интервьюер: Покупаете ли Вы книги в обычных магазинах или Интернет-магазинах?

Респондент: Нет.

Интервьюер: Почему нет?

Респондент: Мне проще найти в интернете, чем их покупать и тратить на них свои деньги.

Интервьюер: С какой целью Вы читаете книги?

Респондент: Для саморазвития.

Интервьюер: Посещаете ли Вы библиотеки?

Респондент: Нет.

Интервьюер: Почему Вы не посещаете библиотеки?

Респондент: Сейчас вся информация есть в Интернете, не нужно тратить много времени, чтобы её найти.

Интервьюер: Книги какого производства Вы предпочитаете?

Респондент: Зарубежные.

Интервьюер: Почему Вас привлекают именно зарубежные книги?

Респондент: Зарубежные книги мне кажутся более интересными, у

них более захватывающий сюжет обычно.

Интервьюер: Вы больше предпочитаете современную или классическую литературу?

Респондент: Современную.

Интервьюер: Почему именно современная литература?

Респондент: Не люблю отечественную литературу, она кажется мне скучной, а некоторые слова просто непонятны.

Интервьюер: Какие литературные жанры Вы предпочитаете?

Респондент: Фантастика, фэнтези, драма, мелодрама.

Интервьюер: Можете объяснить почему именно эти жанры?

Респондент: По - моему мнению, они более интересные.

Интервьюер: Какой способ для Вас наиболее характерен для чтения книг художественной литературы?

Респондент: Читаю полностью.

Интервьюер: Обмениваетесь ли Вы книгами со своими друзьями или знакомыми?

Респондент: Да, на более интересные.

Интервьюер: Обмениваетесь ли Вы впечатлениями о прочитанной книге с близкими или знакомыми людьми?

Респондент: Да, конечно.

Интервьюер: Рекомендуете ли Вы обычно прочитанные вами книги своим друзьям или знакомым?

Респондент: Если им будет интересно, то тогда да.

Интервьюер: Считаете ли Вы книгу хорошим подарком?

Респондент: Относительно, если кто-то читает книги, то тогда да, конечно. А, если не читает, соответственно, нет.

Интервьюер: Помогала ли Вам когда-нибудь книга в решении жизненных проблем?

Респондент: Да.

Интервьюер: Можете привести пример?

Респондент: При любых конфликтах, которые можно решить.

Интервьюер: Как Вы думаете, почему молодёжь стала меньше читать?

Респондент: Мне кажется, что это связано с тем, что молодёжь сейчас проводит много времени в интернете, книги им стали неинтересны.

Интервьюер: Большое спасибо за Ваши ответы!

Респондент: Всегда пожалуйста.

№6

Интервьюер: Здравствуйте, назовите, пожалуйста, свой возраст.

Респондент: Здравствуйте, мне 21 год.

Интервьюер: Какое у Вас образование?

Респондент: Ну, наверное, неполное высшее.

Интервьюер: Каков Ваш род деятельности и примерный личный доход в месяц?

Респондент: Студент, личный доход от 10 до 20 тысяч в месяц.

Интервьюер: Как часто Вы читаете книги?

Респондент: Очень редко, раз в полгода возможно.

Интервьюер: Какой формат книг Вы обычно предпочитаете?

Респондент: Без разницы, могу и в электронном почитать, могу и в печатном.

Интервьюер: Покупаете ли Вы книги в обычных магазинах или Интернет-магазинах?

Респондент: Нет, в электронном варианте стараюсь найти бесплатные книги, а печатные могу попросить у друзей.

Интервьюер: С какой целью Вы читаете книги?

Респондент: Просто скучно, могу почитать.

Интервьюер: Посещаете ли Вы библиотеки?

Респондент: Нет, всё нахожу с помощью Интернет-ресурсов.

Интервьюер: Книги какого производства Вы предпочитаете?

Респондент: Да без разницы, какая книга понравилась, ту и читаю, не

зависит от того, какого она производства.

Интервьюер: Вы больше предпочитаете современную или классическую литературу?

Респондент: Больше, наверное, классику.

Интервьюер: Почему именно классику?

Респондент: Не знаю, со школы, наверное, пошло так, всегда проходили произведения классиков, а современная литература, да я толком даже писателей современных не знаю.

Интервьюер: Какие литературные жанры Вы предпочитаете?

Респондент: Ну, тут тоже без разницы, никогда не обращаю на это внимание.

Интервьюер: Какой способ для Вас наиболее характерен для чтения книг художественной литературы?

Респондент: Читаю полностью книгу, от начала до конца.

Интервьюер: Обмениваетесь ли Вы книгами со своими друзьями или знакомыми?

Респондент: Да.

Интервьюер: Обмениваетесь ли Вы впечатлениями о прочитанной книге с близкими или знакомыми людьми?

Респондент: Да, бывает.

Интервьюер: Рекомендуете ли Вы обычно прочитанные вами книги своим друзьям или знакомым?

Респондент: Если книга понравилась, то конечно.

Интервьюер: Считаете ли Вы книгу хорошим подарком?

Респондент: Смотря какому человеку, если человек любит читать, то да.

Интервьюер: Помогала ли Вам когда-нибудь книга в решении жизненных проблем?

Респондент: Нет, такого не было.

Интервьюер: Как Вы думаете, почему молодёжь стала меньше чи-

тать?

Респондент: С появлением современных технологий, раньше люди читали чтобы занять себя в свободное время, а сейчас люди могут проводить свободное время в телефоне, компьютере и т.д.

Эксклюзивные читатели:

№7

Интервьюер: Здравствуйте. Сколько Вам лет?

Респондент: Добрый день. Мне 27 лет.

Интервьюер: Какое у Вас образование?

Респондент: У меня образование среднее- специальное.

Интервьюер: Назовите, пожалуйста, Ваш род деятельности и уровень личного дохода в месяц.

Респондент: У меня профессия педагога, связанная с воспитанием дошкольников. Мой месячный доход составляет около 30 тысячи рублей.

Интервьюер: Читаете ли Вы книги? Как часто Вы это делаете?

Респондент: Читаю книги очень редко, примерно раз в полгода, так как часто приходится работать на компьютере, поэтому и отсюда получаю необходимую для меня информацию.

Интервьюер: Какой формат книг Вы предпочитаете?

Респондент: Больше электронный формат.

Интервьюер: Почему именно электронный формат?

Респондент: Для меня так удобно.

Интервьюер: Покупаете ли Вы книги в обычных магазинах или Интернет-магазинах?

Респондент: Я в основном покупаю книги в обычных магазинах и очень редко, потому что книги сейчас стоят недёшево. Интернет-магазины не вызывают у меня доверия.

Интервьюер: С какой целью Вы читаете книги?

Респондент: Чтобы получить определённую информацию, которая интересует меня и которая необходима для работы.

Интервьюер: Посещаете ли Вы библиотеки?

Респондент: Библиотеки я не посещаю из-за нехватки времени.

Интервьюер: Книги какого производства Вы предпочитаете?

Респондент: В основном предпочитаю зарубежные.

Интервьюер: Почему именно зарубежные?

Респондент: Сюжет этих книг мне кажется интересней.

Интервьюер: Вы больше предпочитаете современную или классическую литературу?

Респондент: Больше предпочитаю современную литературу.

Интервьюер: А почему именно современную?

Респондент: Классическая литература для меня устарела.

Интервьюер: Какие литературные жанры Вы предпочитаете?

Респондент: Предпочитаю детективы и драмы, потому что в них обычно интригующие сюжеты, что мне очень нравится.

Интервьюер: Какой способ для Вас наиболее характерен для чтения книг художественной литературы?

Респондент: Я читаю книги от начала до конца, другого способа чтения у меня нет.

Интервьюер: Обмениваетесь ли Вы книгами со своими друзьями или знакомыми?

Респондент: Обмениваюсь с друзьями, но редко.

Интервьюер: Обмениваетесь ли Вы впечатлениями о прочитанной книге с близкими людьми?

Респондент: Если книга сильно заинтересовала меня сюжетом, почему бы не обменяться впечатлениями о прочитанном.

Интервьюер: Рекомендуете ли Вы обычно прочитанные книги своим друзьям или знакомым?

Респондент: Да, интересную книгу рекомендую и даю почитать своим друзьям.

Интервьюер: Считаете ли Вы книгу хорошим подарком?

Респондент: Да, считаю интересную книгу хорошим подарком.

Интервьюер: Помогала ли Вам когда-нибудь книга в решении жизненных проблем?

Респондент: Я думаю, что нет.

Интервьюер: Как Вы думаете, почему молодёжь стала мало читать?

Респондент: Я думаю, что у современной молодёжи общение по социальным сетям занимает большую часть времени и им такое общение интереснее, чем чтение книг.

Интервьюер: Большое спасибо за Ваши ответы!

№8

Интервьюер: Здравствуйте. Назовите, пожалуйста, свой возраст.

Респондент: Здравствуйте. Мне 27 лет.

Интервьюер: Какое у Вас образование?

Респондент: Высшее.

Интервьюер: Назовите, пожалуйста, Ваш род деятельности и уровень личного дохода в месяц.

Респондент: На данный момент я учусь, получаю 2 высшее образование, доход примерно 25 тысяч.

Интервьюер: Читаете ли Вы книги? Как часто?

Респондент: Последнее время я не читаю книги, если только учебную литературу.

Интервьюер: Какой формат книг Вы предпочитаете?

Респондент: Печатный.

Интервьюер: Почему именно этот формат?

Респондент: Мне так удобнее, люблю держать книгу в руках так сказать. В электронных книгах не чувствуется души.

Интервьюер: Покупаете ли Вы книги в обычных магазинах или Интернет - магазинах?

Респондент: Нет. Последние книги, которые я читала, я брала в библиотеке или у знакомых.

Интервьюер: С какой целью Вы обычно читаете книги?

Респондент: Наверное, чтобы развлечься, занять свободное время.

Интервьюер: Часто Вы посещаете библиотеки?

Респондент: Давно уже там не была, лет пять наверное.

Интервьюер: Почему Вы не ходите в библиотеку?

Респондент: Не вижу в этом необходимости. Сейчас всё можно найти в интернете.

Интервьюер: Книги какого производства Вы предпочитаете?

Респондент: Скорее всего зарубежные.

Интервьюер: А почему именно зарубежные?

Респондент: Не знаю, наверное, для меня они кажутся более интересными.

Интервьюер: Вы больше предпочитаете современную или классическую литературу?

Респондент: Даже не знаю, уважаю классическую литературу, она мне нравится, но чаще читаю современную.

Интервьюер: Какие литературные жанры Вы предпочитаете? И почему?

Респондент: Любовные и детективные романы.

Интервьюер: А почему именно они Вас больше привлекают?

Респондент: Это первое, что я начала читать и видимо автор именно этих жанров мне понравился больше всего. Нору Робертс люблю.

Интервьюер: Какой способ для Вас наиболее характерен для чтения книг художественной литературы?

Респондент: Полностью читаю, иногда, если переживаю за развитие событий, то смотрю в конец.

Интервьюер: Обмениваетесь ли Вы книгами со своими друзьями или знакомыми?

Респондент: Да.

Интервьюер: Обмениваетесь ли Вы впечатлениями о прочитанной кни-

ги с близкими и знакомыми людьми?

Респондент: Да, часто пересказывала книги друзьям.

Интервьюер: Рекомендуете ли Вы обычно прочитанные вами книги своим друзьям?

Респондент: Обязательно.

Интервьюер: Считаете ли Вы книгу хорошим подарком?

Респондент: Думаю, это подарок на любителя, если человек очень любит читать, то для него это хороший подарок, особенно если книга редкая.

Интервьюер: Помогала ли Вам когда-нибудь книга в решении жизненных проблем?

Респондент: Даже не знаю, скорее всего нет.

Интервьюер: Как Вы думаете, почему молодёжь стала меньше читать?

Респондент: Потому что появился интернет, телевидение и многое другое, чем интереснее заняться, чем читать. Сейчас интереснее посмотреть фильм, чем прочитать книгу, раньше таких возможностей было меньше.

Интервьюер: Большое спасибо за Ваши ответы!

№9

Интервьюер: Добрый день. Назовите, пожалуйста, свой возраст.

Респондент: Мне 26 лет.

Интервьюер: Какое у Вас образование?

Респондент: Среднее специальное образование.

Интервьюер: Каков Ваш род деятельности и личный доход в месяц?

Респондент: Я работаю в образовании, педагогом. Ежемесячный доход примерно 30 тысяч рублей.

Интервьюер: Читаете ли Вы книги? Если да, то как часто?

Респондент: В связи с большой нагрузкой на работе, на чтение книг времени практически нет, поэтому читаю редко.

Интервьюер: Какой формат книг Вы предпочитаете? И почему?

Респондент: Предпочитаю книги в электронном формате, их мне удобнее читать.

Интервьюер: Покупаете ли Вы книги в обычных магазинах или Интернет-магазинах?

Респондент: Книги покупаю в обычных магазинах. Не очень доверяю Интернет-магазинам.

Интервьюер: С какой целью Вы читаете книги?

Респондент: Читаю нужную информацию, касающуюся работы.

Интервьюер: Посещаете ли Вы библиотеки?

Респондент: Не посещаю. Обычно всю нужную мне информацию я нахожу на различных сайтах.

Интервьюер: Книги какого производства Вы предпочитаете?

Респондент: В основном отечественного производства.

Интервьюер: Почему именно отечественные книги?

Респондент: Эти книги более реалистичны с нашей жизнью.

Интервьюер: Вы больше предпочитаете современную или классическую литературу?

Респондент: Больше предпочитаю современную литературу.

Интервьюер: Почему?

Респондент: Современная литература более интересная, на мой взгляд.

Интервьюер: Какие литературные жанры Вы предпочитаете?

Респондент: Я больше предпочитаю романы и приключения.

Интервьюер: Почему именно эти жанры?

Респондент: Более захватывающий и интересный сюжет.

Интервьюер: Какой способ для Вас наиболее характерен для чтения книг художественной литературы?

Респондент: Всего скорее, полностью книга.

Интервьюер: Обмениваетесь ли Вы книгами со своими друзьями или знакомыми?

Респондент: Очень редко.

Интервьюер: Обмениваетесь ли Вы впечатлениями о прочитанной книге с близкими знакомыми людьми?

Респондент: Нет, не обмениваюсь.

Интервьюер: Рекомендуете ли Вы обычно прочитанные вами книги своим друзьям?

Респондент: Если сюжет книги мне понравится, то могу посоветовать прочитать своим друзьям.

Интервьюер: Считаете ли Вы книгу хорошим подарком?

Респондент: Если книга интересная и хорошее оформление, то считаю.

Интервьюер: Помогала ли Вам когда-нибудь книга в решении жизненных проблем?

Респондент: Не помогала.

Интервьюер: Как вы думаете, почему молодежь стала мало читать?

Респондент: Я думаю, что сейчас молодежь большую часть времени проводит в общении в соц. сетях.

Интервьюер: Большое спасибо за Ваши ответы!