

Отражение читательского самосознания в мультимедийном потоке.

Беляева Таисья Викторовна,
преподаватель кафедры
библиотечно-информационной деятельности
Тюменской государственной академии культуры,
искусств и социальных технологий,
аспирант кафедры библиотечно-информационной деятельности
Челябинской государственной академии культуры и искусств
Тюмень

Необходимым условием создания эффективной системы мер по поддержке и развитию чтения является знание особенностей адресата воздействия. В нашем случае – учащейся молодежи.

На международном интеллектуальном форуме «Чтение на евразийском перекрестке», проходившем 27-28 мая 2010 г. в г. Челябинске, одной из обсуждаемых тем была медийная поддержка чтения. По мнению большинства участников форума (И. Ю. Матвеева, И. В. Архипова, Е. А. Астафьева, А. И. Братолобова, Н. В. Шиленко и др.), мультимедийная форма является наиболее привлекательной для современной молодежи. И это не удивительно. Молодые люди, обучающиеся сегодня в старших классах общеобразовательных школ и в высших учебных заведениях, с компьютерными технологиями познакомились в младшем и старшем школьном возрасте. Этому способствовало два фактора: приобретение родителями персональных компьютеров для домашнего использования, а также включение в образовательную программу предмета «Информатика» и компьютеризация российских школ.

Перед молодежью открылась возможность применения компьютерных технологий не только в учебных целях, но и для организации своего досуга. В своей деятельности они обращаются к информационным ресурсам, представленным как на оптических дисках, так и в сети Internet. Причем большая доля обращений приходится на всемирную паутину, которая помимо образовательных ресурсов (электронные энциклопедии, справочники, электронные книги и т.д.) предлагает online игры и увлекательные для молодежи социальные сети, такие как «Контакт», «Одноклассники», «Мой мир», а также такие коммуникативные ресурсы как Живые журналы, Твиттер, Скайп, создающие площадки для удаленного общения.

Таким образом, следует, что молодые люди окружены медиа-средой и погружены в нее, и медиа-среда стала частью их культуры.

Создавая мультимедийную библиотечно-информационную продукцию по продвижению фонда, библиотекарям в первую очередь необходимо стремиться к пониманию молодежи. Чтобы вести полноценный диалог о мире книг необходимо знать, чем живет молодежь, каковы ее информационные потребности, какое место занимает книга в их жизни, значимо ли для них чтение.

Традиционно читателей изучают с помощью таких методов как: анкетирование, интервьюирование, анализ читательских формуляров и т.д. Нам

видится интересным изучение читателя с точки зрения его самопознания, его самоопределение в качестве читателя.

В рамках III Всероссийского открытого форума искусств и культурных инноваций «К успеху через творчество» в ноябре 2010 года в Тюменской государственной академии культуры, искусств и социальных технологий совместно с Комитетом по культуре Тюменской области прошел первый областной конкурс «Мультимедийный поток». Конкурс проводился для учащихся 9-11-х классов средних школ, а также учреждений начального, среднего и высшего профессионального образования.

Для участия в конкурсе необходимо было создать мультимедийный информационный продукт в среде MS PowerPoint, Windows Movie Maker или в другом программном обеспечении на тему «Молодые – о молодежном чтении».

Форма конкурсной работы была выбрана не случайно. Во-первых, компьютерные технологии занимают значительное место в жизни молодого человека, что благотворно влияет на формирование и совершенствование умений и навыков работы с электронными программами и электронной информацией. Во-вторых, мультимедиа, объединяя в себе совокупность различного рода информации (текст, графика, звук, видео) открывает простор для творчества. Чтобы создать качественный мультимедийный информационный продукт необходимо не только владеть навыками работы со специальными программами, но и уметь выстраивать сюжет мультимедиа-продукта, отбирать информацию для него и определять формы ее представления. Создатель мультимедийного информационного продукта в первую очередь является творцом и режиссером и только затем специалистом по работе с программным обеспечением. Таким образом, по мнению организаторов конкурса, форма мультимедиа наиболее близка духу современной молодежи. В-третьих, раскрытие темы зависит только от участника конкурса; ход его мыслей не определен последовательностью ответов на вопросы, как при анкетировании и интервьюировании. И не менее важное для исследования, мультимедиа-форма передает эмоциональную составляющую.

На заочный тур конкурса было прислано двадцать творческих работ, над созданием которых трудилось пятьдесят человек. Участники конкурса – авторы мультимедиа-продуктов – выступили в качестве исследователей: они провели анкетирование и интервьюирование своих сверстников - одноклассников, однокурсников, друзей, прохожих на улице (было опрошено около 200 человек); обратились к учителям русского языка и литературы и к школьным библиотекарям с просьбой охарактеризовать молодежное чтение (опрошено 7 человек); изучили себя в качестве читателя, отразив свое суждение в мультимедиа-продуктах в неявной форме; проанализировали результаты ранее проведенных социологических исследований, размещенных в сети Internet (эти данные в статье не анализируются).

Для анализа медийной продукции был выбран формализованный метод анализа документов – контент-анализ. Смысловыми единицами выступили: роль книги в жизни молодого человека; абстрактное или конкретное описание книг; о какой книге идет речь, традиционной или электронной; в каком времени рассматривается книга; что вкладывают молодые в понятие молодежное чтение; цель чтения книг; кто влияет на молодежное чтение; проблемы молодежного чтения и пути их решения; почему молодежь не читает и почему нужно читать; отношение к книге и к чтению как к процессу; сравнение молодого поколения с

другими поколениями; эмоциональный окрас мультимедиа-продуктов; позитивный или негативный вывод.

Первоначально рассмотрим, что понимают молодые под молодежным чтением. Явно выделяются две дефиниции: 1) Молодежное чтение – это то, что читает молодежь; 2) Молодежное чтение – это то, что интересно читать молодежи. Толкование молодежного чтения дополняется его предназначением. В категории учащиеся 9-11-х классов чтение напрямую связано с учебным процессом (для подготовки сообщений, написания рефератов, прочтения литературы по школьной программе) и дальнейшей сдачи выпускных экзаменов («Пушкин, Байрон и Толстой. Мир бы был без них пустой! Мы бы многого не знали, и ЕГЭ без них не сдали!...»), лишь небольшая доля приходится на досуговое чтение. В категории учащиеся учреждений начального, среднего и высшего профессионального образования в качестве основного предназначения выступает досуг (получение необходимой информации, эмоций, переживаний).

Значение книги для молодежи в мультимедиа-продуктах представлено посредством афоризмов, пословиц, цитат, стихотворений, авторских изречений. В работах приведены афоризмы, с которыми учащиеся знакомятся еще в начальной школе: «Книга – верная подруга», «Книга – неиссякаемый источник знания, житейского опыта, мудрых мыслей», «Книга – зеркало жизни». Среди пословиц: «Кто много читает, тот много знает», «Книга поможет в труде, выручит в беде». Озвучивается стихотворение Татьяны Львовны Щепкиной-Куперник «Отраженье исчезнувших лет...», отрывок из романа «Доктор Живаго» Бориса Пастернака. Немало приведено цитат писателей-классиков о книге и чтении. Для одного мультимедийного продукта написана ода, в которой книга представляется орудием воспитания детей, средством понимания своей возлюбленной, предметом общения на свидании. Учащиеся учреждений начального, среднего и высшего профессионального образования книгу рассматривают как «тему для разговора в хорошей компании».

Рассказ о книге представлен в абстрактной и конкретной форме (преобладает абстрагирование). Молодые выявили, что их сверстники в первую очередь предпочитают читать фантастику, современную российскую и зарубежную литературу, а затем детективы, классическую литературу, любовные романы, молодежные журналы, новости, приключенческую литературу, поэзию (последовательность определена количеством упоминаний в мультимедиа-продуктах). Самым знаменитым автором в двух категориях конкурсантов, является Джоан Роулинг с серией романов о Гарри Поттере.

В жанре фантастики названы авторы: в числе зарубежных – Стивен Кинг, Джон Толкин, Дин Кунц; из отечественных: Сергей Лукьяненко («Ночной дозор», «Последний дозор», «Конкуренты»), братья Стругацкие, Макс Фрай (литературный псевдоним авторов Светланы Мартынич и Игоря Стёпина), Олег Дивов, Анна Борисова («Креативщик»), Дмитрий Глуховский («Метро 2033»), Дмитрий Емец (серия «Мефодий Буслаев»). В жанре фэнтези – Ник Перумов, Елизавета Шумская («Чародеи на практике»), Алексей Глушановский («Стезя чародея» из цикла «Путь Демона»), Татьяна Форш («Измененное пророчество»), Мартин Скотт (псевдоним английского писателя Мартина Миллара), Мерседес Лэки.

Из современных отечественных писателей молодежь читает Виктора Пелевина (сборник «П15: прощальные песни политических пигмеев Пиндостана»), Евгения Гришковца («Асфальт»), Владимира Маканина («Асан»), Дмитрия Быкова, Викторину Токареву, Людмилу Улицкую, Ольгу

Славникову, Игоря Ефимова, Василия Аксёнова, Владислава Крапивина и Ахеля де Куатьэ (по одной версии мексиканский писатель, по другой – псевдоним русского писателя).

Среди современной зарубежной литературы предпочтительней произведения Пауло Коэльо («Алхимик», «Мактуб»), Харуки Мураками, Бернарда Вербера («Тайна богов»), Стивена Фрайя («Книга всеобщих заблуждений»), Ричарда Баха («Чайка Джонатан Ливингстон»), Дины Рубиной, Анны Гавальды («Я её любил. Я его любила», «Просто вместе»), Януша Вишневского («Одиночество в сети»).

В детективном жанре наибольшей популярностью пользуются: Татьяна Устинова, Дарья Донцова, Александра Маринина, Борис Акунин («Квест» и «Смерть на брудершафт»).

Из классической литературы значительной притягательностью, для учащихся, обладают произведения М. А. Булгакова («Мастер и Маргарита»), А. И. Солженицына («Архипелаг Гулаг»), Ф. М. Достоевского, Уильяма Шекспира, Оноре де Бальзака, Джека Лондона, а из поэзии – стихотворения А.С. Пушкина и поэтов серебряного века (Н. Н. Асеев).

Интересны для учащихся труды Фридриха Ницше, Карлоса Кастанеды.

В качестве любимых журналов представлены «Yes», «Лиза», «Glamour».

Учащиеся отмечают, что им стали интересны книги, которые были экранизированы. К ним относятся «Бойцовский клуб» Чака Паланика, «Тяжёлый песок» Анатолия Рыбакова, «Обитаемый остров» братьев Стругацких, «Стиляги» Юрия Короткова и Георгия Литвинова.

Среди учащихся 9-11-х классов особой популярностью пользуется литература, предусмотренная школьной программой. Они отмечают, что «в ней собрана лучшая литература, которая является величайшим достижением человечества. Когда речь заходит о лучших книгах, о книгах оставивших след, вспоминаются произведения отечественной и зарубежной классики». Среди школьников бытует и другое мнение: «Школьная программа нуждается в полном пересмотре. В ней отсутствует современная литература».

При просмотре мультимедийных продуктов, на основе высказываний и интонаций, складывается мнение, что школьники не столько хотят, сколько вынуждены читать. В качестве примера приведем слова одиннадцатиклассника: «Мы любим читать Горького «Рассказы и пьесы» и любим читать задания к ЕГЭ. Ну, больше нас, на данный момент, ничего не интересует». Во всех работах прослеживается мысль о том, что в жизни и без чтения есть много интересного: встречи с друзьями, совместные прогулки, поход на клубные вечеринки, компьютерные игры, «скитание» в сети Интернет, телевидение, спорт, работа по дому («Интернет, контакт, ICQ посещают все, кого люблю. Любая книга не заменит нам канала ТНТ»).

В среде молодежи чтение носит случайный характер («Я книгу – верную подругу порой читаю иногда»). Говорить о нем не модно: «Школьная шумная перемена. Спрашиваю, и вижу удивление – не модно об этом говорить. Но отвечают, практически не задумываясь. Читаете? – Читаем! И книгу называют, и любимого автора».

В некоторых работах, в сравнении разных точек зрения, чтение приобретает негативный окрас: «Чтение это глупость, иногда даже позор», «Да у меня от книжек уже оскома! Не жалко тратить время и силы ни за грош?», «Читать я никогда не любила. Ну, не понимаю я, что в этом занятии есть такого увлекательного!».

Тем не менее, в конкурсных мультимедиа-продуктах звучит (и достаточно громко) другая точка зрения: «Я считаю, что чтение это очень интересное и полезное занятие», «Еще есть такие люди в мире, которые ценят мир книг. И читают книги не из-за моды, а просто для себя, для души. Ведь когда открываешь книгу, начинаешь ее читать, ты погружаешься в мир книги. И тебя это успокаивает, и ты отдыхаешь», «Чтение помогает в формировании и улучшении внимания, воображения, творческого и логического мышления». В трех мультимедийных продуктах конкурсанты заключили, что отречение от чтения книг приводит к безграмотному письму, ограниченному словарному запасу, к неумению поддержать беседу, к нравственному, культурному, эстетическому и физическому истощению.

Во всех работах, присланных на конкурс, приводятся аргументы о необходимости чтения книг. Прописаны они в основном цитатами классиков и современных писателей, например: «Чем больше я читал, тем более книги роднили меня с миром, тем ярче, значительнее становилась для меня жизнь» (М. Горький), «Хорошая книга может изменить человека» (Бернард Вербер). Учащиеся заключают, что чтение книг позволит «проще и интересней общаться», «посмотреть иначе на вещи и окружающий мир», «больше знать, ведь знание в наше время великая сила», «увидеть проблемы общества и отдельных людей», «разбираться в том, что сейчас интересно, а что нет», «пополнить свой словарный запас», «понять образ мышления автора книги и тем самым обогатить свое мышление», «читая поэзию, мы учимся красиво выражать свои мысли, употреблять эпитеты, красивые метафоры». Чтение – это средство к «духовному развитию», «первый шаг к грамотности и к эрудированности».

В мультимедийных продуктах речь идет как о традиционной книге, так и об электронной. Трудно определить, какой форме книги отдает свое предпочтение молодежь. Высказываются разные позиции. Одни учащиеся видят будущее за электронной книгой: «Вопрос предпочтения книги в её первичном или электронном виде в Интернете кажется совсем смешным. Многие книги можно быстро скачать, заказать в магазине, не оплачивая доставку, а также прослушать в аудиоформате. Они всегда в наличии. Они не портятся и не изнашиваются. Их оформление можно изменить согласно своим предпочтениям. Можно делать резервные копии. Электронные книги наше будущее и настоящее». Для других главенствующей является традиционная книга: «Книга хороша своей традицией. Книга – это физический предмет, который можно завернуть в красивую упаковку и подарить на день рождения. Электронную книгу читать неудобно».

Повествование о книгах ведется в настоящем времени. За редким исключением используется прошедшее (сравнение с предыдущим поколением, известном высокими показателями приобретения и прочтения книг) и будущее время («Книга будет жить вечно»).

При анализе конкурсных работ было выявлено, что на молодежное чтение влияет школьная программа, друзья, родители, личный интерес, форумы и чаты, а также электронные библиотеки и книжные магазины в сети Интернет, телевидение (экранизация художественной литературы), реклама, акции (например, «Купи книгу – фильм в подарок»), литературная критика, рецензии, журналы «Книжное обозрение», «У книжной полки», «Читаем вместе», «Что читать». Автор одной конкурсной работы написал: «Благодаря рекламе и рецензиям новых книг в Интернете, библиотека нередко приобретает новых

читателей». Другой конкурсант, как бы оспаривая подобный подход, описывает плачевный опыт обращения к журналу для выбора интересной книги: «Был случай, когда я посмотрела по телевидению передачу. В ней возмутило, что молодежь растет некультурная. Книг не читают... Мне стало не по себе, и я решила почитать. Долго думала. Не могла сначала определиться с жанром. Вспомнила, что недавно видела в журнале рекомендации художественных книг. Выбрала по описанию. Пошла в книжный магазин. Потратила деньги. Оказалась – ерунда. С тех пор вообще к книгам интереса не проявляю». Сегодня проблема соответствия аннотации изданию стоит остро. В докладе И. Ю. Матвеевой на форуме «Чтение на евразийском перекрестке» отмечается кризис литературной критики, ее коммерциализация и утрата объективности оценки для читателя.

Сюжет всех мультимедийных продуктов схож. Он основан на проблеме: «Молодежь – не читает?». Об этом также свидетельствуют названия творческих работ: «Чтение? Читиво? Ничего? или История о том, как мы перестали быть самой читающей страной...», «Читать... Читать? Читать!!!», «Почему мы не читаем?», «Молодежь и чтение... совместимы ли понятия?».

По мнению одних незаинтересованность молодых читать книги обусловлена школьной программой, которая навязывает к прочтению произведения, не интересные современной молодежи. Другие говорят о бедности библиотечного фонда и о нехватке денежных средств на приобретение новых и нужных книг. Некоторые участники обвиняют родителей, которые с детства не прививают своим детям интерес к чтению. В одной из работ поднята иная проблема молодежного чтения – чтение молодыми людьми книг для взрослых.

В качестве решения проблемы нечтения или малочтения молодежи конкурсанты предлагают:

- возродить семейное чтение;
- видоизменить методику преподавания литературы в школе и создать клубы любительского чтения;
- изменить имидж библиотеки;
- проводить литературные конкурсы;
- государству сделать важным приоритетным направлением поддержку молодежного чтения.
- молодым «понять, что сегодня модно быть умным и успешным».

Участники также советуют активно использовать рекламу («Размещать на щитах новости из литературного мира», «Показывать по телевидению социальные рекламные ролики о пользе чтения»), дарить книги на день рождения, но самое главное рассказать о пользе чтения таким образом, чтобы любовь к книге зародилась в душе, чтобы «изнутри захотелось читать».

Свои творческие работы учащиеся завершают позитивно. Звучат призывы («Давайте сделаем рывок и станем первыми, как были. Чтоб не утратили совсем своих позиций в мире»; «Читать это престижно!»); «Время летит. Жизнь меняется. И интересы общества меняются тоже. Но всегда найдутся те, кто любит читать. Молодежь, раскрой свои способности!») открытые вопросы («А у тебя есть любимая книга?») и цитаты («Читай не затем, чтобы противоречить и опровергать, не затем, чтобы принимать на веру, и не затем, чтобы найти предмет для беседы; но чтобы мыслить и рассуждать» Ф. Бэкон).

Таким образом, на основе проведенного анализа формируется собирательный образ молодого читателя.

Молодой человек берет в руки книгу только в том случае, если у него появляется информационная потребность. Информационная потребность связана в основном с учебной деятельностью. Выбор книг для досугового чтения зависит в большей степени от книжной моды. Книга, в повседневной жизни молодого человека, не возводится на пьедестал почета. Ее легко замещают друзья, телевидение, интернет, активный досуг. Моды на чтение книг в среде молодежи нет. Литературный вкус у молодого читателя не сформирован.

В «Мультимедийном потоке» отразилась первая попытка учащейся молодежи осознать себя в качестве читателя, задуматься о своем литературном вкусе, определить значение книги для своей жизни.