

На правах рукописи

Хафизов Дамир Михайлович

**СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ПРАКТИКИ ПОВЫШЕНИЯ
ЧИТАТЕЛЬСКОЙ АКТИВНОСТИ МОЛОДЕЖИ:
СТИМУЛИРУЮЩИЕ ВОЗМОЖНОСТИ МОДЫ**

Специальность 24.00.01 – Теория и история культуры

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата культурологии

Челябинск
2017

Работа выполнена в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Челябинский государственный институт культуры»

Научный руководитель: **Аскарова Виолетта Яковлевна**, доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры библиотечно-информационной деятельности ФГБОУ ВО «Челябинский государственный институт культуры»

Официальные оппоненты: **Гудова Маргарита Юрьевна**, доктор культурологии, доцент, профессор кафедры истории философии, философской антропологии, эстетики и теории культуры департамента философии Уральского гуманитарного института ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина»
Загидуллина Марина Викторовна, доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры журналистики и массовых коммуникаций ФГБОУ ВО «Челябинский государственный университет»

Ведущая организация: ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный институт культуры»

Защита состоится 22 марта 2018 г. в 13.00 часов на заседании диссертационного совета Д 210.020.01, созданного на базе Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Челябинский государственный институт культуры» по адресу: 454091, г. Челябинск, ул. Орджоникидзе, 36а, 1 корпус, аудитория 206 (конференц-зал).

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке и на официальном сайте Челябинского государственного института культуры (http://chgik.ru/dissovet01_hafizov).

Автореферат разослан «_____» _____ 2018 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета,
канд. культурологии, доцент



Тарасова Юлия Борисовна

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Сегодня как никогда актуальны проблемы молодежи, ее социализации и инкультурации, так как именно она определяет будущее любой страны; на молодых лежит историческая ответственность за сохранение и развитие национальных культурных традиций и ценностей, цивилизованную культурную интеграцию в мировое сообщество. В нынешней ситуации, для которой характерны коммерциализация культуры, ослабление преемственности национальных традиций, бурное развитие информационных технологий, радикальное изменение практик коммуникативного поведения, перед всеми институтами образования и культуры стоит задача переосмысления собственных функций и содержания деятельности, поиска новых путей воздействия на молодежь в целях стимулирования читательской деятельности. Критичность ситуации подтверждается «Концепцией программы поддержки детского и юношеского чтения в Российской Федерации», утвержденной Председателем Правительства Российской Федерации Д. А. Медведевым (2017), в которой отмечено снижение интереса к книге и чтению во всем мире, особенно у подрастающего поколения.

Однако до сих пор нельзя с уверенностью сказать, что известна реальная картина чтения молодежи, так как соответствующие исследования немногочисленны, разрозненны и часто носят локальный характер. Практически не изучено влияние субкультур и культурных практик интерпретативных сообществ на образование, интенсивность читательской деятельности, использование ими тех или иных коммуникационных каналов и информационных технологий, определяющих выбор и оценку литературы. Вместе с тем некоторые из названных сообществ были сформированы благодаря чтению, а их онлайн-представительства объединяют молодежь по всему миру посредством сети интернет. Недооцененным остается влияние моды как социокультурного феномена на читательскую активность молодых людей, тогда как специалистами в области социологии и социальной психологии (Г. Блумером, Г. Зиммелем, И. С. Коном, Б. Д. Парыгиным, Б. Ф. Поршневым и др.) подчеркивается повышенная подверженность воздействию этого феномена именно молодежной аудитории.

Рассматривая различные проявления моды в чтении и возможности их использования в системе работы по стимулированию читательской активности, мы исходим из того, что мода как концентрированное выражение общественного мнения в различных средах может создаваться не только стихийно, но и целенаправленно; книги или авторы могут стать модными, если получают положительные отзывы репрезентативных для массового или группового сознания личностей; регулярно упоминаются как

модные в СМИ (эффект внушения); распространяются благодаря «эффекту доверия» и «эффекту молвы». Первостепенная роль здесь принадлежит процессу выстраивания модной коммуникации с помощью социально-психологических механизмов общения (заражения, внушения, убеждения, идентификации), воздействующих на проявления читательской активности молодых людей, особенности их взаимодействия по поводу книги и чтения. Немаловажна и роль коммуникационных каналов (межличностного общения, документов, литературных экранизаций, интернета и др.), которые можно использовать в качестве кратчайших путей и эффективных средств побуждения к чтению с подключением потенциала новых информационных технологий.

Основная цель реализации системы социокультурных стимулов читательской деятельности молодежи с использованием возможностей моды должна быть связана с повышением читательской активности, превращением чтения в устойчивую культурную привычку, развитием литературно-художественного вкуса и критического мышления у молодых читателей как основы их общей культуры и медийно-информационной грамотности. Это позволит выстроить целостную систему поддержки и развития чтения молодежи, которая в нашей стране сегодня проходит стадию становления как составной элемент государственной культурной политики. мода же может быть использована в качестве эффективного инструмента, своего рода агента культурного влияния, вовлекающего молодых людей в систематическое чтение.

Безусловно, проявления моды в читательской деятельности на сегодняшний день изучены недостаточно глубоко. Между тем совершенно очевидно, что институты инфраструктуры чтения должны на них реагировать: усиливать позитивные и ослаблять негативные тенденции, искать новые возможности использования каналов и механизмов моды в целях стимулирования читательской активности. Деятельность названных институтов, особенно библиотек, видится как совокупность социокультурных практик информационно-образовательной и культурно-досуговой направленности, способствующих продвижению и распространению научных знаний, повышению читательской активности молодых людей, формированию и/или развитию их специфических компетенций, общей и читательской культуры в современных информационно-коммуникативных условиях, в том числе посредством стимулирующего влияния моды, ее каналов и механизмов.

Выявленные противоречия обусловили **проблему исследования:** несоответствие между объективной значимостью чтения для социализации, профессионализации и личностного становления молодежи, особенно

студенчества, и недостаточной обоснованностью теоретических и прикладных аспектов социокультурных практик повышения ее читательской активности средствами моды и других феноменов массового поведения в условиях современной информационно-коммуникационной культуры.

Степень научной разработанности темы. Заявленная тема диссертации обладает известной степенью новизны, однако изучение молодежи, ее культуры, своеобразия чтения и особенностей стимулирования читательской деятельности данной категории имеет давнюю традицию, что обусловило обращение к широкому кругу источников научного характера в области философии, культурологии, социологии, психологии, библиотековедения, библиопсихологии и читателеведения.

1. Молодежь и молодежная культура рассматривались в науке в разных аспектах: основной круг вопросов ограничен проблемами: взаимоотношений поколений (К. Мангейм, К. Маркс, М. Мид, Х. Ортега-и-Гассет, Х. Шельский, Ф. Энгельс и др.); молодежной субкультуры (Е. Томпсон, В. Тернер, Р. Уильямс, Р. Хоггарт, Ш. Эйзенштадт и др.); изменения ценностей (Ф. Трэшер, У. Уайт и др.). Другую важную область социокультурного анализа составляют специфические социальные вопросы, связанные с различиями молодежи: субкультурные течения входят в поле интересов культурологов, социологов, психологов и педагогов, таких, как И. А. Беляев, М. Брейк, В. В. Волкова, К. Н. Гончаренко, П. С. Гуревич, В. Ф. Еремеева, С. Н. Иконникова, Т. В. Курчашова, С. И. Левикова, Е. Л. Омельченко, Ю. А. Петрова, В. К. Сергеев, Е. Н. Ситникова и многие другие. Интерпретативные сообщества, напротив, в теоретическом аспекте изучены недостаточно подробно (Н. Л. Соколова, А. С. Сумская, П. Ф. Сумской, С. Фиш, И. А. Щирова); в основном акцент делался на влиянии медиаиндустрии, продюсировании информационных потоков в социальных медиа и роли трансмедиа в формировании данных социокультурных общностей. Отдельные молодежные группы рассматривались в рамках исследований К. Chandler-Olcott, Z. C. Doerr, D. Mahar, К. А. Прасоловой и др. Однако вопросы бытия молодежных субкультур и интерпретативных сообществ в книжной культуре, влияния профессионального сообщества на их читательскую деятельность, роли чтения в системе субкультур практически не изучены.

2. Чтение в методологии культурных практик рассматривали такие известные ученые, как А. Мангуэль, Н. А. Рубакин, Р. Шартье, У. Эко. В качестве социального института чтение исследовали социологи культуры (Л. Д. Гудков, Б. В. Дубин, Н. А. Зоркая, М. М. Самохина, В. Д. Стельмах, Н. Д. Юмашева). На стыке философии и культурологии чтение исследовали культурологи М. Ю. Гудова, М. В. Загидуллина, Л. Б. Зубанова, С. С. Соковиков, С. Г. Фатыхов и др. Филологи (Т. Д. Венедиктова,

М. В. Строганов, М. А. Черняк) исследуют литературу в контексте читательских рецепций; феноменолого-герменевтическое направление развивает А. Ф. Закирова. С позиций читателеведения чтение изучают В. Я. Аскарлова, В. А. Бородина, В. С. Крейденко, Ю. П. Мелентьева; в русле библиопсихологии – К. И. Воробьева, Ю. Н. Дрешер, И. Н. Казаринова. Чтение как объект исследования традиционно представляет интерес для психологов и педагогов (А. Н. Леонтьев, С. Л. Рубинштейн, О. Р. Тучина). В контексте речевой деятельности его изучают Н. И. Жинкин, И. А. Зимняя, С. А. Леонов, А. А. Леонтьев и др.

Несмотря на кажущееся обилие исследований, чтение как базовое понятие и его производные до сих пор не имеют согласованных в научном сообществе трактовок, наиболее полно характеризующих это разностороннее и своеобразное явление.

3. Обращаясь к проблеме стимулирования читательской деятельности молодежи как частной проблеме ее культурного развития, отметим, что теоретико-методологические аспекты изучения читателей, в том числе молодых, отражены в трудах Д. А. Балики, И. Е. Баренбаума, С. А. Вальдгардта, А. Виленкина, А. А. Гайворовского, П. И. Гурова, А. А. Покровского, Н. А. Рубакина, Я. М. Шафира и других исследователей.

Молодежное чтение оформилось в самостоятельную проблему благодаря трудам Л. И. Беляевой, Н. А. Бодровой, Л. Б. Бурлакова, И. И. Ганицкой, Е. П. Крупника, Д. М. Лекаренко, В. Невского, И. П. Осиповой, А. Т. Парфенова, Л. М. Сигал, С. М. Смирновой, М. Д. Смородинской, В. Д. Стельмах, И. И. Тихомировой, М. Г. Ханина, Г. И. Хмары, И. А. Чернос и др.; в их работах были запечатлены характерные черты читательской деятельности молодежи, ее взаимосвязь с другими проявлениями коммуникативной активности.

Сегодня в исследовании вопросов ослабления читательской деятельности молодежи акцент смещен с фиксации проблемы на поиск инструментов ее решения; формы, методы и приемы интенсификации содержательного молодежного чтения занимают умы многих библиокологов, педагогов, психологов, социальных технологов. В. Я. Аскарлова, В. А. Бородина, Н. И. Гендина, Н. Е. Добрынина, Т. Д. Жукова, Г. А. Иванова, Э. И. Иванова, О. Л. Кабачек, Ю. П. Мелентьева, И. М. Немчина, Е. В. Полевина, Н. Н. Светловская, Н. Н. Сметанникова, Ю. Н. Столяров, И. И. Тихомирова, В. П. Чудинова, М. А. Черняк, А. А. Фомина и др. в своих трудах поднимают вопросы осмысления чтения молодежи в современных информационно-коммуникационных условиях, его стимулирования посредством интернет-технологий, внедрения инновационных форм библиотечной и педагогической работы, развития идеологии культурного посредничества, исследования возможностей читательской моды и др.

В зарубежной социальной и культурной антропологии чтение осмысливается как новая культурная практика, выполняется его анализ в диахронном срезе; оно рассматривается как индикатор глубинных социокультурных процессов. Появляются исследования, ретроспективно показывающие изменение характера чтения. Наиболее активно в этом ключе работают независимые компании, государственные и общественные организации и исследовательские центры (ОСЭР, Фонд Азия-аналитика, Allensbach Institute, Publishing Technology и др.).

В мировой науке в последние годы широко освещается проблема разработки и внедрения стратегий чтения, влияющих на повышение активности молодых читателей, в том числе с применением информационных технологий и технических средств (Т. Г. Галактионова, Т. Х. Дебердеева, Г. В. Пранцова, Е. С. Романичева, Е. А. Селютина, Н. Н. Сметанникова, А. А. Adler, А. В. Artis, N. Chen, R. F. Flippo, L. Y. Li, F. Matulic, J. Palilonis, A. K. Pugh, A. Thayer и др.). Современные исследователи активно обращаются к проблеме внедрения новых информационных технологий в читательскую среду. Рассматривается применение инструментов Web 2.0 в образовательной практике, их влияние на читательскую активность студентов. Отдельные статьи касаются возможностей комиксов, влияющих на понимание прочитанного, а также работы с текстом на фазе постчтения («post-reading activities») (C. Chien, J. Derrick, J. R. Elam, E. G. Girgin, I. S. Hamidon, A. Merc).

4. Мода в целом как многомерное явление считается одним из самых широко известных феноменов социальной жизни. В научной, научно-популярной и художественной литературе мода неоднократно выступала в качестве объекта исследования, входя в сферу интересов специалистов целого ряда отраслей знания, или упоминалась в процессе размышлений философов (Е. Я. Басина, М. М. Бахтина, И. Канта, А. Смита), семиотиков (Ю. М. Лотмана), историков (И. А. Алпатовой, С. М. Ванькович, А. А. Васильева, А. М. Горбачевой, Р. В. Захаржевской, Е. В. Киреевой, Т. В. Козловой, М. Н. Мерцаловой, Т. П. Неклюдовой, Б. Ф. Поршнева), антропологов (Э. Сепира), культурологов (Е. А. Аброзе, В. Беньямина, П. Бурдые, С. А. Вангородской, П. Голдинга, М. В. Грусман, П. С. Гуревича, С. Жижека, С. Н. Иконниковой, Л. Г. Ионина, А. В. Коневой, Г. Мердока, Г. Р. Миллса, Н. Постмана, В. П. Римского, А. Тойнби, А. В. Толстых, Э. Фромма), социологов (А. Б. Гофмана, Г. Тарда, А. А. Зиновьева, Г. Зиммеля, И. С. Кона, Л. В. Петрова), психологов (Г. Блумера, Б. Д. Парыгина), литераторов (К. С. Аксакова, Ж. Бодрийяра, Ф. М. Достоевского, А. С. Пушкина, Л. Н. Толстого, У. Эко), историков и технологов производства одежды (Р. М. Кирсановой), экономистов (Т. Веблена, Л. Н. Жилиной, В. Зомбарта) и др.

При всей актуальности изучения феномена моды в вопросах чтения сегодня можно встретить немного работ, посвященных конкретно данной проблематике. В частности, В. Я. Аскарлова рассматривает моду и ее механизмы в сфере чтения, а также вводит понятия «читательская мода» и «мода на чтение». Отдельные аспекты читательской моды, ее разнообразных проявлений рассмотрены в трудах Т. О. Бобиной, Е. В. Егоровой, С. А. Кругляковой, К. Б. Лавровой, О. В. Лебедевой, Н. К. Сафоновой, Е. А. Селютиной, А. А. Фоминой, М. А. Черняк.

5. Осмысление проблем влияния новейших технологий и информационно-коммуникативных средств (интернета в том числе) на развитие культуры представлено в работах Б. Барроу, М. Льюис, С. И. Парина, А. В. Петюшкина, И. В. Успенского, Т. И. Яковлева. Социокультурное измерение интернета исследовано в работах западных (М. Кастельса, Г. М. Маклюэна, Э. Тоффлера) и отечественных (Е. Б. Галицкого, Е. М. Гашковой, О. В. Орловой, С. В. Расторгуева, А. А. Чернова, И. В. Эйдмана и др.) ученых. Различные аспекты взаимосвязи информационных процессов и культуры рассматриваются в трудах таких исследователей, как Ю. С. Зубов, К. К. Колин, И. А. Негодаев, Т. Н. Соснина, Л. А. Василенко и др.

Тем не менее, несмотря на обилие аналитических, историко-теоретических, социологических и иных работ, проблемы стимулирования читательской деятельности посредством механизмов модообразования с использованием интернет-технологий остаются «белым пятном» в исследовательском пространстве. Очевиден явный дефицит эмпирического материала, связанного с проявлениями моды в чтении, ее влиянием на содержание и качество чтения молодых людей, в частности, студентов. Не сложились обоснованные представления о возможностях стимулирования читательской деятельности посредством социально-психологических механизмов моды с применением интернет-технологий. В мировой научной повестке отсутствуют исследования, направленные на выявление особенностей и отличий в стимулировании читательской деятельности представителей различных молодежных субкультур и интерпретативных сообществ. На восполнение этого пробела и направлена данная диссертационная работа.

Цель исследования – выявить наиболее эффективные социокультурные практики повышения читательской активности молодежи посредством возможностей феномена моды и применения интернет-технологий в условиях современной информационно-коммуникационной культуры.

Объект исследования – социокультурные практики повышения читательской активности.

Предмет исследования – возможности повышения читательской активности молодежи с помощью социокультурных практик, реализуемых посредством моды (ее каналов, механизмов), в современных информационно-коммуникационных условиях.

В соответствии с поставленной целью, объектом и предметом были определены следующие **задачи исследования**:

1. Изучить основные подходы к толкованию концепта «чтение» и его производных в поле культурологического знания.

2. Обозначить основные тенденции и социокультурные практики повышения читательской активности молодежи в историко-культурном контексте.

3. Охарактеризовать читающую молодежь как социально-демографическую общность, дифференцированную принадлежностью к определенным субкультурам и интерпретативным сообществам, и исследовать особенности формирования читательской моды в данных сообществах.

4. Провести терминологический анализ понятия «мода», его производных в сфере чтения.

5. Выявить основные каналы распространения читательской моды в молодежной среде, возможности использования ее механизмов в качестве инструментов влияния на читательскую активность молодежи.

6. Разработать и реализовать методику эмпирического исследования, связанного с проявлениями читательской моды в студенческой среде, посредством интернет-технологий.

7. Провести экспериментальную работу, нацеленную на стимулирование читательской деятельности студенческой молодежи с использованием возможностей моды и интернет-технологий на базе научной библиотеки Южно-Уральского государственного университета (НБ ЮУрГУ).

Теоретическая значимость работы определяется перспективами дальнейшего развития культурологии, читателеведения и библиотековедения на основе углубления понимания процессов образования и распространения читательской моды в молодежной среде; особенностей проявления названного феномена в различных субкультурных и интерпретативных сообществах; уяснения возможностей использования социально-психологических механизмов моды и главного канала ее распространения в молодежной среде – интернета – в работе по повышению читательской активности названной категории читателей.

Практическая значимость результатов диссертационного исследования состоит в том, что разработанные и апробированные методы, формы стимулирования читательской деятельности молодежи, выводы и

рекомендации, полученные в результате экспериментальной работы, могут быть внедрены в систему работы по поддержке и развитию чтения, прежде всего – в практику работы библиотек, взаимодействующих с молодежью. Эта деятельность может стать важнейшей составляющей культурной политики федерального, регионального и институционального уровней.

Авторская методика сбора эмпирического материала, характеризующего значимые аспекты молодежного чтения, с применением интернет технологий может быть использована любым социально-коммуникационным или образовательным институтом, заинтересованным в получении подобных данных.

Кроме того, материалы кандидатской диссертации могут найти применение при разработке вузовских учебных дисциплин культурологической, читателеведческой направленности, а также в системе дополнительного профессионального образования.

Методология и методы исследования. Методологической доминантой исследования выбран *культурологический подход*, кроссдисциплинарно интегрирующий основания, подходы и методы социологии, социальной психологии, библиотековедения и читателеведения; он дал возможность преодолеть методологические ограничения в указанных науках и рассмотреть объект и предмет исследования с разных позиций. Культурологический подход, обеспечив единство аксиологического, деятельностного и индивидуально-творческого аспектов культуры, позволил рассмотреть молодежь в качестве субъекта культуры, главного действующего лица; исследовать динамику читательской культуры молодого читателя в изменяющемся культурно-историческом пространстве (В. Я. Аскарлова, Б. В. Банк, А. Н. Ванеев, Н. А. Рубакин и др.); представить моду как систему во взаимосвязи всех форм ее предметности (С. Н. Иконникова, М. С. Каган, Э. С. Маркарян, Э. А. Орлова, В. С. Степин, А. Я. Флиер); провести терминологический анализ моды как социокультурного феномена (Е. А. Аброзе, В. Беньямин, П. Бурдые, С. А. Вангородская, П. Голдинг, М. В. Грусман, П. С. Гуревич, С. Жижек, Г. Мердок, Г. Р. Миллс, Н. Постман, В. П. Римский, А. Тойнби, А. В. Толстых, Э. Фромм).

Читателеведческий подход был использован при анализе состояния исследований в области молодежного чтения, обосновании производных моды в сфере чтения («мода на чтение», «читательская мода», «модные книги» – В. Я. Аскарлова). Соответственно чтение воспринимается как базовая ценность молодежной культуры, в связи с чем освоение культуры как системы ценностей представляет собой, во-первых, развитие самого молодого человека и, во-вторых, становление его как творческой личности (С. М. Бородин, В. А. Бородина, Т. Г. Галактионова, М. Ю. Гудова, Н. А. Стефановская и др.).

Для рассмотрения понятия «молодежь» был использован *ювенологический подход*, аккумулирующий знания о становлении молодого поколения, а также уделяющий значительное внимание социальной практике взаимодействия с этой категорией населения. *Стратификационный подход* позволил провести анализ дифференциации и стратификации социальной молодежи, представить ее хронологически ограниченной возрастом социально-демографической группой (14–35 лет), которая имеет специфические социальные позиции, статус и роли, определяющиеся уровнем социально-экономического, культурно-образовательного развития, особенностями социализации в обществе (С. Н. Иконникова, И. С. Кон, В. Т. Лисовский, В. А. Луков, Е. Л. Омельченко, И. В. Солодникова, В. И. Чупров и др.).

Субкультурный подход был необходим, так как он выделяет молодежь в обществе как социокультурную группу со специфическим образом жизни, стилем поведения, культурными нормами и ценностями. В работах Е. Л. Омельченко, Т. Парсонса, Е. Томпсона, В. Тернеар, Р. Уильямса, Р. Хоггарта, Ш. Эйзенштадта и других ученых молодежь рассматривается через совокупность присущих ей культурных свойств и функций.

Социально-психологический и индивидуально-психологический подходы позволили детально погрузиться в проблему стимулирования читательской деятельности молодежи, ее субкультурных групп и интерпретативных сообществ, с использованием возможностей моды, ее социально-психологических механизмов воздействия (заражения, подражания, внушения и пр.) с применением интернет-технологий.

Библиотечный подход позволил обосновать технологии библиотечного воздействия на стимулирование читательской деятельности молодежи в условиях вузовской библиотеки.

Социологический подход определил методику исследования, которая включает анкетирование, экспериментальную библиотечную практику, наблюдение, а также анализ документации, статистических показателей и объективной ситуации, сложившейся в Научной библиотеке Южно-Уральского государственного университета как опорной базе исследования.

Научная новизна исследования заключается в том, что:

- обосновано понятие «социокультурные практики повышения читательской активности»;
- выделены и обозначены основные тенденции и социокультурные практики повышения читательской активности молодежи в историко-культурном контексте;
- осуществлен анализ технологий влияния социально-психологических механизмов моды на чтение;

– сопоставлены и разграничены концепты «молодежная субкультура» и «интерпретативное сообщество»;

– дана характеристика читающей молодежи в соответствии с ее принадлежностью к определенным субкультурам и интерпретативным сообществам;

– предложена трактовка культурно-просветительной деятельности вузовской библиотеки;

– разработана и реализована авторская методика сбора эмпирического материала, связанного с проявлениями моды в чтении студенческой молодежи, с помощью интернет-технологий;

– на основе экспериментальной работы выявлены и обоснованы возможности повышения читательской активности молодежи посредством феномена моды с применением интернет-технологий в условиях библиотечного воздействия.

Основные положения, выносимые на защиту:

1. Автором введено понятие «социокультурные практики повышения читательской активности», которое трактуется как любая инициатива, творчески созидательная деятельность, проявляющаяся в поле культуры чтения, исходящая от того или иного культурного посредника, направленная на установление коммуникации между читательской аудиторией и миром текстов с целью интенсификации читательской деятельности и создания условий для повышения уровня читательской культуры и культуры чтения в целом.

2. Начиная с XIX в., молодежь осознавалась как приоритетный читатель; это определяло исследовательский интерес к данной категории, поиск социокультурных практик повышения ее читательской активности. Для настоящего времени характерны поддержка и развитие чтения со стороны государственных, общественных и специализированных институтов (библиотек, книготорговых и издательских организаций, учреждений образования, центров чтения и др.) на уровне законодательных и общественных инициатив. Наиболее результативными социокультурными практиками в данном направлении являются культурно-досуговые и просветительные акции и мероприятия (праздники чтения, книжные ярмарки, читательские коллоквиумы, встречи с писателями, различные игровые технологии, рекламные кампании по продвижению книги и чтения). Развиваются разнообразные формы профессиональной и непрофессиональной рекомендации книги; на активизацию читательской деятельности направлены усилия авторского корпуса и активной части читательского сообщества. Предпринимаются попытки создания моды на чтение посредством использования каналов и социально-психологических

механизмов общения и др., причем значительная роль в этих процессах принадлежит интернет-технологиям.

3. Мода может выступить в качестве своего рода агента культурного влияния, одной из социокультурных практик, активно воздействующих на поведение индивида в сфере чтения посредством социально-психологических механизмов общения (заражения, внушения, убеждения, конформизма, идентификации); в качестве субъектов воздействия могут выступить писатели, книгоиздательские и книготорговые организации, органы государственной власти, медийные лица, педагоги, популярные блогеры, интернет-сообщества, библиотеки, а также сами читатели и др. В совокупности с такими социокультурными практиками, как реклама, экранизация, рекомендательные интернет-сервисы, флешмоб, буккроссинг и пр., мода может способствовать возведению книги и чтения в ранг престижных ценностей.

4. В современных информационно-коммуникационных условиях наиболее эффективным каналом моды, оказывающим значительное влияние на читательскую активность молодежи, является интернет. Необходимо подключать весь потенциал сетевых ресурсов и сервисов в связке с новыми информационными технологиями и социокультурными практиками, применять их в сочетании с социально-психологическими механизмами моды: развивать книжный блогинг, информационное сопровождение в социальных сетях, общение по поводу книги и чтения на литературных и библиотечных порталах, в читательских сообществах посредством тематических постов, тем самым провоцируя обсуждения и дискуссии литературно-книжной тематики.

5. Молодежь – это неоднородная, дифференцированная по различным основаниям общность. Существует масса субкультур, ценностные ориентации которых связаны с миром книги и чтения: киберпанк, ванильки, нью-эйдж (new age), фуммри, ролевики, анимешники (отаку), толкинисты, поттероманы, лукьянисты, акунисты и др. Кроме того, существуют и интерпретативные сообщества, возникающие на литературно-текстуально-дискурсивной основе (в основном это фандомы, группирующиеся вокруг популярных в молодежной среде литературных явлений – аниме, манга, комиксы, иных жанров, а также конкретных книг и авторов). Эти сообщества могут развиваться и функционировать внутри молодежных субкультур; им свойственны демонстративность и избирательность по отношению к конкретным литературным произведениям, жанрам или авторам. Следовательно, в противоположность большинству мнений, понятия «молодежная субкультура» и «интерпретативное сообщество» синонимами

не являются и соотносятся как базовое и производное понятия соответственно.

Следовательно, чтобы понять возможности стимулирования читательской активности молодежи и ее специфических групп посредством социально-психологических механизмов моды и интернет-технологий с помощью определенных социокультурных практик, необходимо изучать систему ценностей, интересы и потребности молодого читателя, его принадлежность к определенной субкультуре и/или интерпретативному сообществу.

6. Культурно-просветительная деятельность современной вузовской библиотеки видится как совокупность социокультурных практик в форме информационно-образовательных и культурно-досуговых акций, действий, событий по повышению читательской активности студентов, формирующих и/или развивающих их специфические компетенции, общую культуру и культуру чтения с использованием стимулирующего влияния моды, ее каналов и механизмов. Наиболее результативными в данном контексте представляются формы, предполагающие субъект-субъектное взаимодействие (игры, квесты, клубы, интернет-сообщества и пр.).

Апробация и внедрение результатов исследования осуществлялись посредством:

– участия в международных конференциях: XIII международный научно-творческий форум «Молодежь в науке и культуре XXI века: встречи в новом формате» (Челябинск, 2014); IX Международная научно-техническая конференция «Динамика систем, механизмов и машин» (Челябинск, 2014); IV Международная научно-практическая конференция «Чтение и грамотность в образовании и культуре: новые имена в новом веке» (Москва, 2015); III международный интеллектуальный форум «Чтение на Евразийском перекрестке» (Челябинск, 2015); 3rd Baltic Sea – 17th Nordic Literacy Conference (III конференция стран Балтийского моря – XVII конференция по чтению скандинавских стран) (Финляндия, 2016); XV Международный научно-творческий форум «Молодежь в науке и культуре XXI века» (Челябинск, 2016); XX юбилейная международная конференция и выставка «Libcom-2016» (Суздаль, 2016); V Международная научно-практическая конференция «Чтение и грамотность в образовании и культуре: итоги и перспективы» (Москва, 2017); 49 Всероссийская научная конференция молодых исследователей «Культурные инициативы» (Челябинск, 2017); IV международный интеллектуальный форум «Чтение на евразийском перекрестке» (Челябинск, 2017);

– участия во Всероссийском молодежном форуме «Таврида» (Симферополь, 2017);

– участия во внутривузовских конференциях: XXXVI научно-практическая конференция профессорско-преподавательского состава академии «Культура–искусство–образование: научные и прикладные аспекты» (Челябинск, 2015); 47-я научная студенческая конференция (Челябинск, 2015);

– публикаций в печати по теме исследования в культурологических, библиоковедческих и читателеведческих изданиях, в том числе рекомендованных ВАК МОиН РФ, а также проведения экспериментальной работы на базе исследования;

– работы в научной библиотеке Южно-Уральского государственного университета (НИУ) (г. Челябинск), которая включает в себя организацию и проведение культурно-массовых мероприятий среди молодежи, направленных на стимулирование их читательской деятельности и популяризацию библиотеки.

Структура диссертационного исследования. Объем диссертационного исследования – 202 страницы; оно состоит из введения, трех глав, заключения, списка цитированной и использованной литературы, включающего 356 источников, из них 108 – англоязычных. Имеются приложения, в которых отражены основные результаты эмпирического исследования.

II. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Во введении обоснована актуальность диссертационного исследования, определены его цель и задачи, объект, предмет, теоретико-методологическая база, отражены теоретическая и практическая значимость работы, охарактеризована ее структура.

В первой главе «Генезис и метаморфозы социокультурных практик повышения читательской активности молодежи» рассматриваются чтение и его производные. Социокультурные практики повышения читательской активности молодежи проанализированы в ракурсе культурологического подхода.

В параграфе 1.1. «*Чтение и его производные: понятийный аппарат исследования*» представлен понятийный аппарат исследования.

Соглашаясь с позицией М. Ю. Гудовой, что чтение можно рассматривать в трех аспектах: как деятельность, социальный институт и культурную практику, отмечаем, что в профессиональном сообществе у представителей разных наук сложилась традиция трактовать чтение преимущественно как деятельность. Соответственно чтение понимается как феномен культуры, социокультурная практика, в основе которой лежит читательская деятельность, а последняя, в свою очередь, трактуется как

осмысленный целенаправленный процесс коммуникации читательской аудитории с миром текстов, основанный на удовлетворении познавательных, коммуникативных, эстетических, гедонистических и иных потребностей посредством восприятия, понимания и переживания культурных значений и смыслов текста на уровне коммуникативных связей: «читатель – автор», «читатель – герой» (для произведений художественной литературы), «читатель – читатель». Основным звеном в указанных связях является читатель; он рассмотрен не только в качестве субъекта коммуникативных отношений, но и как объект читателеведения, культурологического анализа, а главное – социокультурного воздействия.

В читателеведении проблема читательской активности является одной из важнейших, однако общепринятого ее определения пока нет. В диссертации *читательская активность* трактуется как особый модус читательской деятельности, отличающийся интенсификацией своих основных критериев и показателей (целенаправленность, мотивы чтения, частота чтения, читательские интересы, эмоции и др.), а также наличием таких свойств, как инициативность и ситуативность. Думается, что читательская активность прямо влияет на читательский опыт молодых людей, который является авторитетным источником индивидуального знания и пропорционально зависит от количества и качества прочитанного. Поэтому основная цель применения социокультурных практик повышения читательской активности молодежи, на наш взгляд, должна заключаться в выработке/повышении читательской инициативности и направлении ситуативности в русло побуждающих к чтению задач, тем самым обращая ее в социокультурный стимул.

В параграфе показано, что социокультурные практики повышения читательской активности будут трактоваться как любая инициатива, творчески созидательная деятельность, проявляющаяся в поле культуры чтения, исходящая от того или иного культурного посредника, направленная на установление коммуникационных связей между читательской аудиторией и миром текстов с целью интенсификации основных критериев и показателей читательской деятельности и создания определенных условий для повышения уровня общей и читательской культуры.

В параграфе 1.2. «*Основные тенденции и социокультурные практики повышения читательской активности молодежи в историко-культурном контексте*» обосновано, что на фоне нынешней социокультурной ломки, утраты преемственности между поколениями, бурного и не вполне осмысленного развития интернет-технологий и появления новых коммуникационных каналов, разнообразные социокультурные практики повышения читательской активности должны быть прежде всего нацелены

на формирование и/или повышение уровня читательской культуры в молодежной среде.

Повышенное внимание к молодежи было характерно практически для всех временных периодов начиная с XIX столетия, причем попытки активного воздействия на ее чтение предварялись или сопровождались активной исследовательской деятельностью. На начальном этапе основными формами стимулирования читательской деятельности молодых людей были выпуски специализированных книг и рекомендательных библиографических списков, литературные беседы, кружки самообразования, лекции, тематические вечера, вечера книги живых рецензий, экскурсии, громкие чтения книг с их последующим обсуждением, литературные суды, устные журналы и пр.

В начале XX в. стали применяться методы систематического наблюдения за молодыми читателями, анкетирование, учет читательских интересов по формулярам, отзывы читателей о прочитанных книгах.

Со второй половины XX столетия стало развиваться специализированное обслуживание юношества, что стимулировало исследовательское внимание к этой категории читателей (были проведены исследования «Читательские интересы рабочей молодежи», «Юный читатель-80» и др.); полученные материалы побудили к поиску новых форм стимулирования ее читательской деятельности, предполагающих субъект-субъектное взаимодействие с использованием игровых, интерактивных форм.

Мировой тенденцией нынешнего времени является все более активное вмешательство государства в активизацию чтения молодежи, развитие программно-проектной деятельности в этом направлении на основе социального участия, активное использование интернет-технологий и поиск социально-психологических механизмов, направленных на повышение читательской активности.

Таким образом, для каждого конкретно-исторического периода характерно повышенное внимание к молодежи, однако социокультурные практики повышения ее читательской активности трансформировались под влиянием динамических процессов общественной жизни, государственной культурной политики, изменяющихся представлений о ценностях, приоритетах и уровне развития профессиональной мысли специалистов в области чтения. Существуют и отличия на уровне отдельных стран; они определяются национальными особенностями, ментальностью, политикой в области образования и культуры (представлен соответствующий опыт США, Германии, Франции, Великобритании, КНР, Японии). Современная мировая практика поиска путей поддержки и развития читательской активности молодежи наталкивает на мысль о необходимости включения в систему

стимулирования чтения, повышения его культуры универсального феномена массовой культуры – моды.

Во второй главе «Мода как агент культурного влияния в системе социокультурных практик повышения читательской активности молодежи» представлена концептуализация феномена моды в отечественной и зарубежной культурологии и философии культуры; рассмотрены основные вариации моды в рамках читателеведения, обозначены ее механизмы. Интернет охарактеризован как основной канал распространения моды на чтение, влияющий на читательскую активность представителей отдельных субкультур и интерпретативных сообществ.

В параграфе 2.1. *«Мода и ее производные в культуре чтения»* рассмотрен концепт «мода» в культурно-историческом ракурсе, приводятся примеры трактовки данного понятия в концепциях научных и общественных деятелей. Дается интерпретация феномена моды («мода на чтение» и «читательская мода»), ее механизмов с позиций читателеведения. Обозначены основные социокультурные стимулы и интернет-технологии, формирующие моду на чтение и конкретные произведения в интернете.

Опираясь на исследования отечественных и зарубежных психологов и социологов, мы обозначили социально-психологические механизмы коммуникативного взаимодействия, способствующие формированию моды на чтение; как правило, они объединяются в различные комбинации, что способствует их взаимоусилению. Механизмы внушения, убеждения и подражания между собой очень тесно связаны. Иногда их определяют как причину и следствие соответственно.

С помощью «заражения» молодежь можно вовлечь в атмосферу чтения, приобщить к читающему обществу, библиотечным институтам посредством группового воздействия, осуществляемого через эмоциональную сферу человека. Сложное взаимодействие механизмов заражения и подражания дает возможность развиваться «внушению», иногда обозначаемому как одностороннее заражение. Субъекты внушения могут быть обезличенными (например, библиотечные сайты, порталы, сообщества в социальных сетях, рекламные тексты и пр.), которые внушают молодому человеку определенное отношение к произведениям печати, конкретным авторам, институтам книжного дела и т. д. В случае персонифицированного влияния внушающее воздействие моды основано на авторитете, доверии, эмоциональной привязанности к источнику информации, а его замечания, суждения, мнения настолько значимы для предполагаемого читателя, что формируют у него установку реагировать подобным образом. Упомянутая реакция является уже принципом функционирования механизма подражания.

Последнее побуждает человека читать то, что читают «значимые другие», воспринимать и оценивать произведения печати так, как это делают они.

Еще один механизм моды – «конформизм» (групповое давление) – стимулирует желание «быть как все», что зачастую лежит в основе одинаковости поступков, мнений и оценок. При этом происходит слияние с общей массой и обезличивание индивида. Существует и другой вид конформизма – избирательный, который обозначают как отдельный механизм – «идентификация». Он побуждает человека выбирать авторов и книги, одобряемые в его референтной группе, высказываться о них так, как это здесь принято, чтобы чувствовать себя «своим». Рассматривая этот тезис в контексте новых информационных технологий, можно отметить, что сегодня появляются различные формы «виртуального» общения и обмена информацией в сетевом пространстве, которые несут в себе разнообразные сведения о новинках в книжном мире, последних тенденциях актуализации тех или иных жанров среди читателей и т. п., которые также предполагают определенное групповое давление.

Мода и ее механизмы, таким образом, могут выступить в качестве своего рода агента культурного влияния, одной из социокультурных практик, активно воздействующих на поведение индивида в сфере чтения.

В параграфе 2.2. *«Мода как феномен культуры: многообразие ее проявлений в системе социокультурных практик повышения читательской активности молодежи»* проанализирована суть феномена моды в сфере чтения, исследованы основные каналы и механизмы ее распространения, что дало представление о возможностях ее использования в качестве средства активизации чтения молодежи.

Сегодня наиболее эффективным коммуникационным каналом моды, оказывающим значительное влияние на читательскую активность молодежи, является интернет. В тандеме с рекламой интернет-ресурсы, в основном специализированные, помогают найти путь к читателю на подсознательном уровне, провоцируя его активнее включаться в чтение и привлекать к этому своих сверстников. Определяющим инструментом стимулирования читательской деятельности молодежи под влиянием механизма заражения, безусловно, является сам информационный контент, книжная продукция, в том числе ее дизайн. Сегодня посредством интернета образ книги получает самое широкое распространение среди молодежи. А с помощью так называемых «слов-магнитов» и «цепляющих заголовков» («книга-загадка», «книга-бестселлер», «книга-экранизация» и пр.) происходит воздействие на психику молодых людей, помогающее привлечь внимание читателя и повлиять на его выбор в пользу той или иной книги.

Заражающим эффектом обладают и традиционные книжные магазины,

которые в последние годы активно трансформируются в досуговые центры с комфортной атмосферой. Яркими представителями соблюдения модообразующих тенденций являются и интернет-магазины, такие как «ЛитРес», «Лабиринт», «OZON» и др., которые становятся платформами для реализации социокультурных акций посредством функционирования механизмов «внушения/убеждения» и «подражания».

А вот сочетание социально-психологических механизмов моды – заражения, внушения и убеждения олицетворяет уже авторскую лояльность по отношению к читателям. Многие зарубежные и отечественные писатели на волне быстрого распространения социальных сетей создали и активно ведут собственные страницы на ресурсах «ВКонтакте», «Facebook», «Twitter», «Instagram», «LiveJournal» и др. Представлен анализ наиболее популярных писательских аккаунтов.

Один из путей формирования читательской моды на конкретные книги, определенных авторов – использование экранизаций в качестве социокультурной практики приобщения к литературным первоисточникам, что способствует превращению зрителя в читателя.

Рассмотрено и новое интернет-явление – челлендж (от англ. challenge – вызов) – предложение совершить какое-то действие на спор в игровой форме. В читательском сообществе появились собственные челленджи, стимулирующие читательскую деятельность молодежи. Это наглядно показывает, что она стала намного самостоятельнее и свободнее ориентироваться в книжной среде; динамичное развитие социальных сетей только ускорило происходящие трансформации.

Таким образом, интернет-пространство является важнейшим каналом формирования и распространения моды, что определяет объективную необходимость его использования в активизации чтения молодежи; эта деятельность должна базироваться на развитии самостоятельности молодых людей, сохранении их критического мышления как основы развития общей культуры и культуры чтения.

В параграфе 2.3. *«Специфика проявления читательской моды в молодежных субкультурах и интерпретативных сообществах»* рассмотрены и разграничены концепты «молодежная субкультура» и «интерпретативное сообщество», показана зависимость распространения читательской моды в этих группах в зависимости от принятых в них ценностных ориентаций.

Молодежь, как и сама мода, динамична и изменчива; даже поведение или стиль жизни некоторые люди выбирают под влиянием модных тенденций. Поэтому в контексте научного дискурса можно рассуждать о существовании моды на определенные субкультуры, а также о взаимном

влиянии друг на друга этих социокультурных феноменов. Молодежная субкультура обозначена как особая сфера культуры, выраженная в коммуникации, массовом поведении и организации молодого поколения, определяющая его стиль жизни и образ мышления, а также отличающаяся от господствующей в обществе культуры и других ее проявлений системой ценностей, приоритетов, установок, атрибутики, спецификой оценок и суждений, нравов, вкусов, пристрастий и пр., но вместе с тем связанная с ними. При характеристике участников субкультур за основу взят признак принадлежности к книжной-читательской среде; молодежные сообщества условно поделены на «читающие» и «нечитающие». Акцент был сделан на некоторых «читающих» субкультурах, к которым мы отнесли следующие: киберпанк, ванильки, нью-эйдж (new age), фуммри, ролевики, анимешники (отаку), толкинисты, поттероманы, лукьянисты, акунисты и др. Именно в них, на наш взгляд, можно наглядно проследить действие социально-психологических механизмов коммуникативного взаимодействия, создающих определенные условия для развития моды на чтение, так как эти субкультуры имеют в своей структуре специфические атрибуты и определенные читательские предпочтения. Привлекая в свои ряды новых членов, участники сообществ посредством механизмов моды воздействуют на их читательскую активность, но только в рамках определенных установок, которые диктует соответствующая субкультура.

Интерпретативные сообщества могут развиваться и функционировать внутри молодежных субкультур. В исследовании рассматривались интерпретативные сообщества, возникающие на литературно-текстуально-дискурсивной основе и ограниченные книжной средой – фандомы (отаку, толкинисты, фурри и др.).

Таким образом, чтение считается одним из важнейших компонентов современной жизни для разных молодежных групп и сообществ. Доказано, что для молодежи в целом, субкультурных и интерпретативных сообществ в частности, наиболее влиятельны электронные каналы коммуникации и социально-психологические механизмы общения.

В третьей главе «Возможности применения социокультурных практик повышения читательской активности молодежи институтами инфраструктуры чтения» представлена авторская методика исследования возможностей стимулирования читательской деятельности молодежи, в том числе представителей отдельных субкультурных групп и интерпретативных сообществ. Проанализирован опыт использования моды, ее каналов и механизмов, интернет-технологий в целях стимулирования читательской деятельности молодежи в условиях вузовской библиотеки.

В параграфе 3.1. *«Методические и процедурные аспекты исследования*

читательской активности молодежи» обоснована методика сбора эмпирического материала. В вузах Челябинской области применялось анкетирование, в том числе при помощи электронных программных средств. Проведенное исследование представляет собой количественно-качественный социологический опрос студентов; генеральная совокупность составила 98 тыс.¹ молодых людей, обучающихся в высших учебных заведениях Челябинской области. Выборка – неслучайная квотная, которая составила 568 человек, распределенных пропорционально по направлениям образовательных специальностей.

Анкетная карта, реализованная в формате онлайн-опроса, позволила установить взаимосвязь между ценностными ориентациями и читательской активностью молодежи, а также раскрыть особенности читательской деятельности представителей отдельных субкультур и интерпретативных сообществ, установить наиболее значимые для них каналы и социально-психологические механизмы моды, выявить роль интернет-технологий в стимулировании читательской деятельности в изучаемых нами группах, а также прояснить возможности вузовской библиотеки в этом процессе.

Дополнительно в Научной библиотеке Южно-Уральского государственного университета (НБ ЮУрГУ) – основной базе исследования – проводился комплекс новых и инновационных культурно-просветительных акций, действий, событий с опорой на социально-психологические механизмы моды (заражение, внушение, убеждение, идентификацию) и использованием наиболее значимых коммуникативных каналов (интернет, межличностное общение). Проведенные мероприятия можно логически объединить в три основные группы: образовательные (лекции, тренинги, дискуссии), игровые (квесты, игротеки, буккроссинг, конкурсы, викторины и др.) и музыкальные (концерты, музыкальные вечера); практиковалось сочетание форм в реальном и виртуальном режимах. Оценка результатов экспериментальной работы была проведена посредством наблюдения за участниками мероприятий, анализа документов и статистических показателей деятельности НБ ЮУрГУ за период 2011–2016 гг.

В параграфе 3.2. *«Читательская активность в современных информационно-коммуникативных условиях: результаты эмпирического исследования»* представлены основные результаты проведенного исследования.

Анализ данных показал, что чтение осознается студентами как одна из важнейших познавательных, эстетических и престижных ценностей; это косвенное свидетельство того, что в молодежной культуре чтение постепенно вновь возводится в ранг модных занятий.

¹ статистические данные приведены по данным Минобрнауки России на начало 2015/16 учебного года.

Подавляющее большинство студентов (42%), по данным результатов опроса, читают ежедневно, еще 41% делают это один или несколько раз в неделю. Эмоционально-оценочные суждения молодых людей о чтении как виде деятельности показывают, что студенты относятся к нему весьма позитивно, но сетуют на большую занятость и нехватку времени (33%). Напротив, 35% читают много и постоянно. А вот 17% молодых людей читают исключительно для получения нужной информации, чаще всего по учебе или работе.

В электронном чтении студентов предсказуемо высокие результаты показали новостные ленты (63%) и посты в блогах и социальных сетях (59%). Высокие позиции занимает электронная учебная (58%) и художественная (50%) литература. Однако печатные версии книг все равно пока лидируют – 58% у литературы, служащей целям образования (учебной, специальной, научной), и 86% – у художественной. 45% опрошенных посещают специализированные читательские ресурсы в интернете, размещенные на платформе социальной сети «ВКонтакте».

Выявлены некоторые тренды жанрово-тематических и конкретных предпочтений в молодежной среде: это серия книг о Гарри Поттере, серия книг Дж. Р. Р. Мартина «Песнь льда и огня», книги Д. Брауна, «1984» Дж. Оруэлла. Не спадает ажиотаж по отношению к книгам из серии «Метро» Д. Глуховского, Дж. Толкина, С. Кинга, Р. Брэдбери, А. Сапковского, В. Пелевина, Б. Акунина и др. Интерес к подобным изданиям можно объяснить тем, что в современной культуре литературные тексты существуют не сами по себе, а в контексте медиатекстов: реклама, видеоклипы и компьютерные игры активно используют знакомые сюжеты, не говоря уже о фильмах и сериалах, снятых по мотивам известных книг. Это подтверждают и ответы челябинских студентов, 53% которых предпочитают и читать книги, и смотреть их экранизации, а для 31% экранизации оказывают решающее воздействие при выборе книг для чтения.

Таким образом, феномен моды может способствовать привлечению молодежи в читательскую среду, созданию определенного «книжного багажа» и развитию индивидуальных читательских предпочтений. Весомый инструмент усиления позитивных свойств читательской моды в молодежной среде – интернет-технологии.

В параграфе 3.3. *«Социокультурные практики повышения читательской активности молодежи в условиях вузовской библиотеки»* речь идет о роли вузовской библиотеки в процессе стимулирования читательской деятельности молодежи посредством социокультурных практик и интернет-канала модной коммуникации.

Апробируемые социокультурные практики культурно-просветительной

направленности были разделены на две группы: 1) популяризирующие только библиотеку, ее продукты и услуги (зонирование на «тихие» и «громкие» участки; игровые акции (включая социальные сети): конкурсы, викторины, вечера настольных игр; музыкальные перформансы; экскурсии, PR-кампании и т. д.); 2) стимулирующие читательскую деятельность молодежи (в перспективе – читательскую активность) и включающие продвижение бренда библиотеки (лекции, семинары, тренинги, дискуссионные площадки; организация доступа, в том числе удаленного, к электронным образовательным и научным ресурсам и базам данных; обзоры, выставки и просмотры литературы; книжные вечера; встречи с писателями; квесты; информационное наполнение групп в социальных сетях; литературно-кинематографический клуб и др.).

Анализ статистических данных за 2011–2016 гг. показал, что в Зале электронных ресурсов (основной площадке экспериментальной работы) наблюдается рост посещаемости при отрицательной динамике общего показателя по библиотеке. Отдельно рассмотрена группа НБ ЮУрГУ в «ВКонтакте», которая уже с 2013 г. начала показывать прирост не только подписчиков сообщества, но и посещаемости ресурса.

Итак, сегодняшние приоритеты должны быть связаны с максимальным использованием сетевых технологий и социально-психологических механизмов моды, направленных на вовлечение молодых читателей (тем более – студентов) в информационное и библиотечное пространства, формируя у них посредством развития моды на чтение, отдельных изданий устойчивую привычку к развивающей, осмысленной читательской деятельности.

В заключении подводятся итоги исследования, формулируются основные выводы, обозначаются нерешенные проблемы, намечаются перспективы дальнейшей научной разработки заявленной темы.

Основные положения диссертации представлены в следующих работах:

Статьи, опубликованные в рецензируемых научных изданиях, включенных в перечень ВАК Министерства образования и науки РФ:

1. Хафизов, Д. М. Научная библиотека вуза как культурно-просветительский центр / Д. М. Хафизов, С. Г. Смолина // Библиосфера. – 2017. – № 1. – С. 52 – 57.

2. Хафизов, Д. М. От зрителя – к читателю: экранизация книги как средство формирования читательской моды в молодежной среде / Д. М. Хафизов // Вестник культуры и искусств. – 2017. – № 3. – С. 91 – 98.

3. Хафизов, Д. М. Стимулирование читательской активности молодежи посредством социально-психологических механизмов моды в условиях

библиотечного воздействия / Д. М. Хафизов // Вестник Казанского государственного университета культуры и искусств. – 2017. – № 3. – С. 63 – 66.

4. Хафизов, Д. М. Мода и молодежные субкультуры: читателеведческий аспект / Д. М. Хафизов // Обсерватория культуры. – 2017. – Т. 14, № 5. – С. 569 – 576.

5. Хафизов, Д. М. Основные социокультурные практики повышения читательской активности молодежи в историко-культурном контексте / Д. М. Хафизов // Общество: философия, история, культура. – 2017. – № 11. – С. 113 – 115.

6. Хафизов, Д. М. Исследование читательской активности молодежи (на примере Челябинской области) / Д. М. Хафизов // Вестник РГГУ. Серия «Философия. Социология. Искусствоведение». – 2017. – № 4. – С. 57 – 63.

Тезисы докладов на научных конференциях, статьи в научных журналах и сборниках научных трудов

7. Хафизов, Д. М. Мода как инструмент стимулирования чтения молодежи: возможности сети Интернет / В. Я. Аскарлова, Д. М. Хафизов // Молодежь в науке и культуре XXI века : материалы междунар. науч.-творч. форума. – Челябинск, 2014. – Т. 1. – С. 79 – 85.

8. Хафизов, Д. М. Современные тенденции поддержки и развития чтения молодежи: библиотечный ракурс / Д. М. Хафизов // Культура – искусство – образование: научные и прикладные аспекты : XXXVI науч.-практ. конф. проф.-преподават. состава акад. – Челябинск, 2015. – С. 282 – 286.

9. Хафизов, Д. М. Использование сетевых технологий как инструмента стимулирования читательской деятельности в условиях вузовской библиотеки (на примере научной библиотеки Южно-Уральского государственного университета) / Д. М. Хафизов // Чтение и грамотность в образовании и культуре: новые имена в новом веке (Исследования молодых ученых в области чтения и грамотности) : Четвертая Междунар. науч.-практ. конф. : сб. материалов. – Москва : Канон, 2015. – С. 34 – 38.

10. Хафизов, Д. М. Чтение как базовая ценность молодежных субкультур и интерпретативных сообществ / Д. М. Хафизов // Третий Международный интеллектуальный форум «Чтения на евразийском перекрестке» (Челябинск, 24–25 сентября 2015 г.) : материалы форума. – Челябинск : ЧГАКИ, 2015. – С. 340 – 347.

11. Хафизов, Д. М. Сетевые технологии как инструмент стимулирования читательской активности студентов: возможности вузовской библиотеки / Д. М. Хафизов // Человек читающий: Homo Legens-7. Стратегии инновационного развития профессиональной подготовки специалистов в

области чтения : сборник статей. – Москва : Русская ассоциация чтения : Канон+ : РООИ «Реабилитация», 2015. – С. 94 – 103.

12. Khafizov, D. M. Usage of network technologies as an instrument of stimulation for readers' activity among youth in university library (adapted from «Reading that unites us» research) / D. M. Khafizov // 3rd Baltic Sea – 17th Nordic Literacy Conference «Making meaning – literacy in action» (14–16 August 2016 – Turku/Åbo, Finland) : Book of Abstracts / FinRA. – Finland, Turku/Åbo, 2016. – С. 70. – Режим доступа: <http://finnishreadingassociationenglish.blogspot.ru>.

13. Хафизов, Д. М. Культурно-просветительская деятельность научной библиотеки вуза в контексте библиотечно-информационных и образовательных практик и технологий / Д. М. Хафизов // Двадцатая юбилейная Международная конференция и выставка «LIBCOM-2016» // gpntb.ru / Государственная публичная научно-техническая библиотека России. – Режим доступа: <http://www.gpntb.ru/libcom16/tezis/024.pdf>.

14. Хафизов, Д. М. Квест в научной библиотеке вуза / Д. М. Хафизов, М. Н. Софьина // Университетская книга. – 2017. – № 4. – С. 46 – 49.

15. Хафизов, Д. М. Игровые технологии и практики в вузовской библиотеке / Д. М. Хафизов // Чтение и грамотность в образовании и культуре: итоги и перспективы : Пятая Междунар. науч.-практ. конф. : сб. материалов. – Москва : Канон, 2017. – С. 65 – 68.

16. Хафизов, Д. М. Инициативы в мире чтения: концепция онлайн-исследования / Д. М. Хафизов // Культурные инициативы : материалы 49 Всероссийск. науч. конф. молодых исследователей (Челябинск, 6 апреля 2017 г.). – Челябинск : ЧГИК, 2017. – С. 183 – 186.

Хафизов Дамир Михайлович

**СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ПРАКТИКИ ПОВЫШЕНИЯ
ЧИТАТЕЛЬСКОЙ АКТИВНОСТИ МОЛОДЕЖИ:
СТИМУЛИРУЮЩИЕ ВОЗМОЖНОСТИ МОДЫ**

Специальность 24.00.01 – Теория и история культуры

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата культурологии

Формат 60x84 1/16

Объем 1 п. л.

Заказ №1598

Тираж 100 экз.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Челябинский государственный институт культуры»

454091 г. Челябинск, ул. Орджоникидзе, 36а

Отпечатано в типографии ЧГИК. Ризограф