



Как проводят свободное время российские подростки: социологический анализ²

Материалы Творческого объединения «ЮНПРЕСС»

В каких формах проводят свободное время российские подростки? Ответ на этот вопрос был получен в ходе специального исследования. В частности, были проведены два массовых опроса, где респондентами выступили российские школьники в возрасте от 10 до 17 лет. Первый опрос проводился в 1998 году (1013 чел.), второй — в 2005 году (994 чел.)³. В обоих случаях задавались сходные вопросы, что позволило проследить изменения, происшедшие за семь лет. Основные результаты сводятся к следующему.

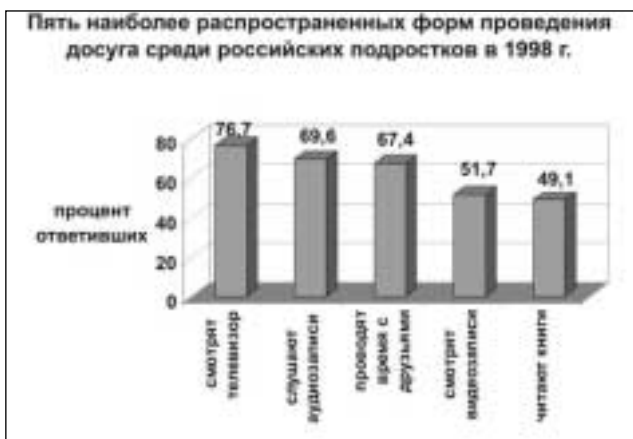


Рис. 1

В 1998 году пять наиболее распространенных форм проведения свободного времени подростками выглядели так: просмотры телепередач (76,7%), прослушивание аудиозаписей (69,6%), встречи с друзьями (67,4%), просмотры видеозаписей (51,7%), чтение книг (49,1%). Семь лет спустя список выглядел несколько иначе. На первом месте остались телепросмотры (74,2%). Остальные позиции изменились: встречи с друзьями (71,1%), прослушивание аудиозаписей (55,4%), чтение газет и журналов (52,8%), компьютерные игры (44,9%).

Обнаружилось, что на досуге подростки стали гораздо меньше читать книги. Если в 1998 году 49,1% подростков отмечали, что в свободное время читают книги, то в 2005 году эту позицию отметили лишь

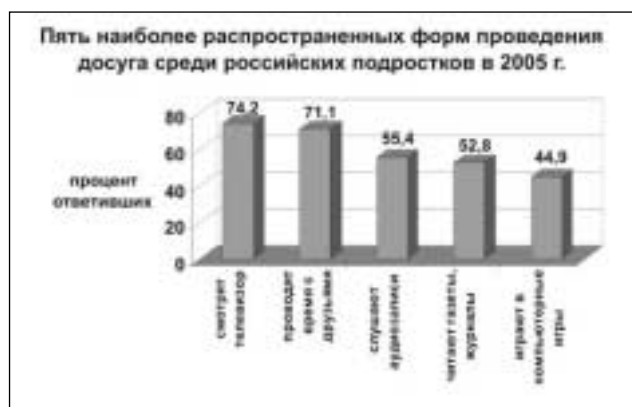


Рис. 2

18,1%. Это наиболее заметное и тревожное изменение.

Еще в 1960-е годы канадский исследователь М.Маклюэн предрекал, что человечество покидает «Галактику Гутенберга», имея в виду грядущее снижение значимости книги как культурного феномена⁴, но это казалось чисто теоретическим построением. И вот это предсказание сбывается.

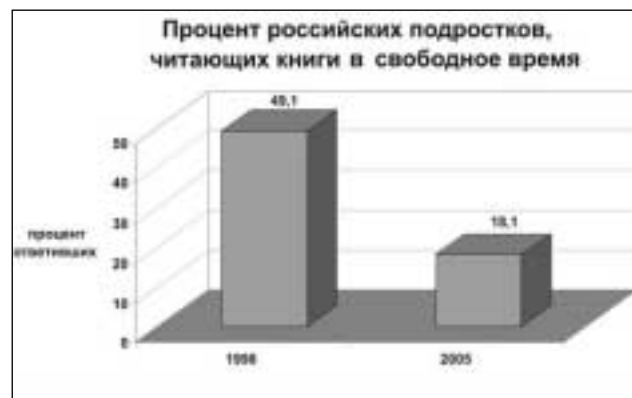


Рис. 3

Впрочем, снижение числа подростков, читающих на досуге книги, еще не означает отказа от чтения вообще. В исследовании также обнаружилось, что выросло число подростков, читающих газеты и журналы, — с 36,2% в 1998 году до 52,8% в 2005 году.

Распространено мнение, что подростки стали больше проводить времени у экрана, будь то экран телеви-

² Материал подготовлен профессором ГУ-ВШЭ А.В.Шариковым и руководителем ТО «ЮНПРЕСС» С.Б.Цымбаленко.

³ Исследование было организовано агентством ЮНПРЕСС под эгидой ЮНИСЕФ. Оба опроса проводились на репрезентативной российской выборке. Подробное описание исследования см. в кн.: С.Б.Цымбаленко, А.В.Шариков, С.Н.Щеглова. Информационное пространство российского подростка в постсоветский период. — М., 2006.

⁴ М.Маклюэн. Галактика Гутенберга: становление человека читающего. — М.: Академический проект: Фонд «Мир», 2005



зора, компьютера или кинотеатра. Исследование показало сложный характер этих изменений. Однозначного ответа здесь нет. В самом деле, число подростков, отметивших, что на досуге они смотрят телевизор, немного снизилось (правда, в пределах статистической ошибки): с 76,7% в 1998 году до 74,2% в 2005 году. Заметно уменьшилось число тех, кто проводит досуг, просматривая видеозаписи, — с 51,7% до 48,8%. В то же время возросло число подростков, посещающих кинотеатры — с 6,0% до 21,1%, проводящих время в Интернете — с 4,6% до 12,2%, играющих в компьютерные игры — с 29,3% до 44,9%.

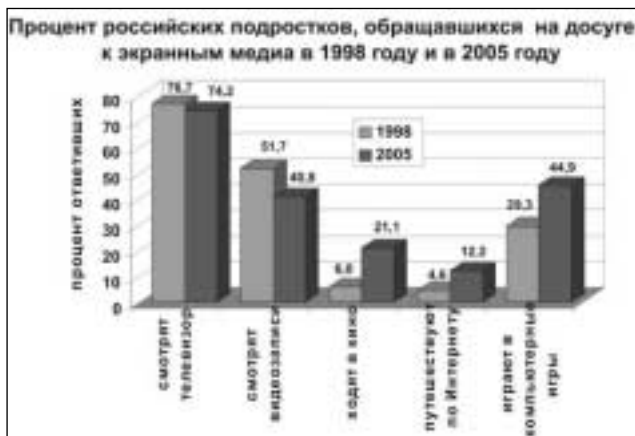


Рис. 4

Зафиксированы изменения и в обращении на досуге к аудиальным медиа. Так, заметно уменьшилось число подростков, слушающих в свободное время магнитофон, проигрыватель, плеер — с 69,6% до 55,4%. В то же время увеличилось число тех, кто на досуге слушает радио — с 18,3% до 37,8%. Не исключено, что эти изменения указывают на быстрый темп развития радиовещания, прежде всего, музыкального, и юные слушатели легче находят в радиоэфире понравившиеся песни, чем это было в 1998 году, причем находят их бесплатно.

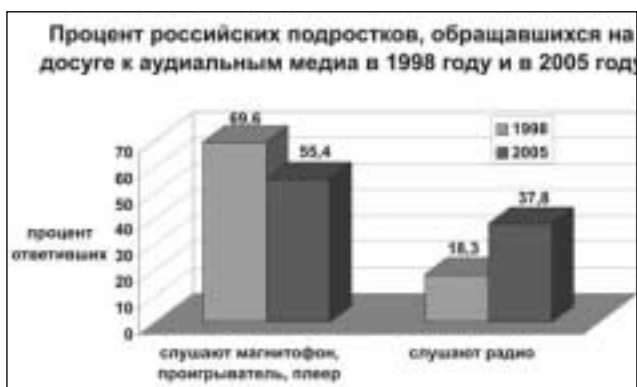


Рис. 5

Как известно, подростки любят общаться по телефону. Число респондентов, отметивших, что проводят свободное время, разговаривая по телефону, возросло за семь лет — с 33,1% до 43,7%. Данный факт объясняется, по меньшей мере, двумя факторами: с одной стороны, более активной телефонизацией, прово-

дившейся в стране в последние годы, установкой домашних телефонов, а с другой — быстрым распространением мобильной связи. Редкий молодой человек и редкая девушка не имеют нынче мобильного телефона.

В зоне «немедийных» форм проведения досуга также обнаружены изменения. Несколько возросло число подростков, которые проводят свободное время с друзьями — с 67,4% до 71,1%. Напротив, немного, в пределах статистической ошибки, уменьшилось число тех, кто отметил, что «встречается со своим мальчиком, со своей девочкой» — с 32,1% до 28,8%, «проводит время с родителями, другими взрослыми» — с 27,6% до 25,4%, «ходит в театры, на концерты, в музеи» — с 15,6% до 15,0%. Заметно меньше стало число подростков, посещающих кружки, секции, — с 36,6% до 30,1%.

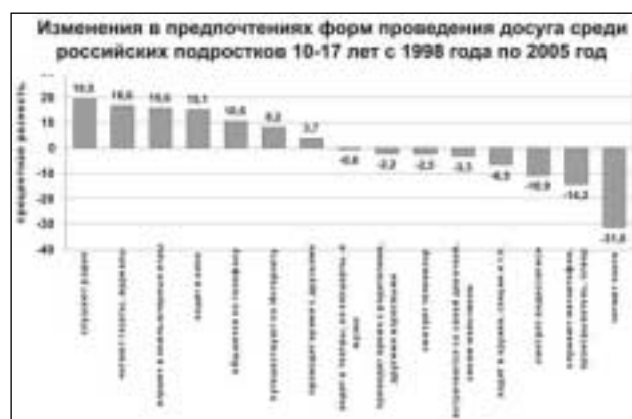


Рис. 6

Таким образом, наблюдается очень сильное изменение в тех формах досуга, которые так или иначе связаны с медиасферой, и сравнительно небольшие изменения, связанные со сферой межличностного общения. Факт уменьшения числа подростков, посещающих кружки и секции, заслуживает особого внимания. Это во многом результат бездумной коммерциализации в сфере образования, вытолкнувшей на улицу значительное число подростков из малообеспеченных семей со всеми негативными социальными последствиями — усилением криминализации подростковой среды, растущей наркоманией и алкоголизмом.

В исследовании также выяснялось, насколько значимы для подростков те или иные источники информации⁵. С этой целью задавался вопрос: «Откуда ты узнаешь о самом важном и интересном для себя?» Такого рода вопросы нередко задавались в исследованиях подростков на протяжении последних двадцати лет. Так, в исследовании, проведенном в 1986 году в Москве среди школьников в возрасте от 8 до 16 лет, был вы-

⁵ Термин «информация» здесь понимается в широком социальном смысле, не только как «новости», «информационные сообщения», но и как значимые для подростков каналы получения субъективно важного знания. Под «источниками информации» тогда выступают не только средства массовой коммуникации, но также люди из ближайшего социального окружения — родители, учителя, сверстники и т.п.



явлен приоритет книг и телевидения как важных источников информации, после которых шли родители и учителя⁶. В 1990-е годы произошло снижение значимости для школьников и книги, и телевидения. На первые места стали выходить источники межличностной информации — сверстники, родители, учителя. Этот факт был зафиксирован, в частности, в описываемом исследовании 1998-го года. Телевидение постепенно превращалось из источника важной для жизни подростков информации в «бесплатный магазин развлечений», который редко показывает что-то интересное и познавательное. Понизилась и роль книги, чаще всего понимаемой как большое по объему литературное произведение, которое не проходят в школе.

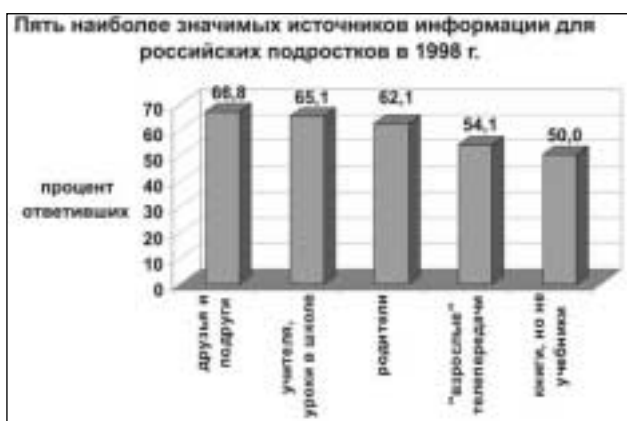


Рис. 7

В 2005 году наметившаяся тенденция усилилась, и книга, как важный источник информации, перешла с 5-го места на 6-е. Понизилась роль и телевидения — его, помимо межличностных источников информации, опередили газеты и журналы. Еще один важный результат — снижение значимости всех межличностных источников информации. Уменьшилась и значимость таких источников информации, как аудио- и видеозапись. На этом фоне заметно выросла значимость компьютерных источников, включая Интернет.

Полученная картина сложна и неоднозначна. Нельзя не отметить, что в исследовании 1998 года принимали участие подростки, родившиеся в советский период со всеми его особенностями. Самые младшие из них, тогда десятилетние, родились в 1988 году. Семь лет спустя основную массу респондентов составили те, кто родился уже в постсоветский период и с младенчества был погружен в атмосферу кризисной трансформации российского общества. И подростки, которые отвечали на вопросы в 2005 году, испытали на себе все российские проблемы 1990-х гг. с самого раннего детства. В подавляющем большинстве их родители уже не могли позволить себе купить детские книги, но могли посадить своих детей перед телевизором, где транслировались ценности стяжательства, огромное количество насилия и сомнительных с точки

⁶ См., напр.: Баженова Л.М., Собкин В.С., Шариков А.В. Возрастная типология телевизионных ориентаций школьников // Телевидение и школа: опыт социокультурного и психолого-педагогического анализа. — М., 1989. — С. 18.

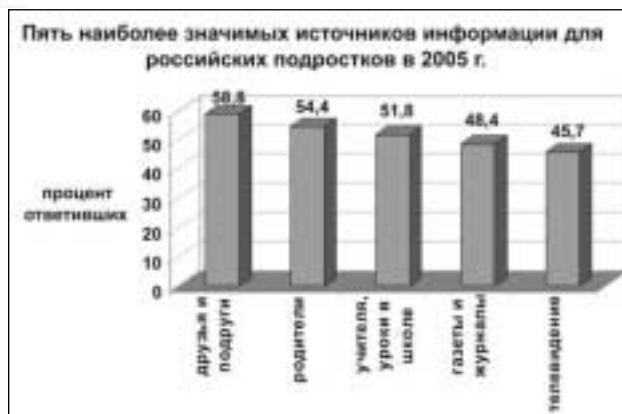


Рис. 8

зрения морали кадров, а вовсе не ценности высокой культуры, науки, образования, гуманизма. Бесконечные рекламные перебивки способствовали формированию «клипового мышления» с младенческого возраста, когда Homo clipping («человек клиповый») не может удержать свое внимание на каком-то предмете более минуты.

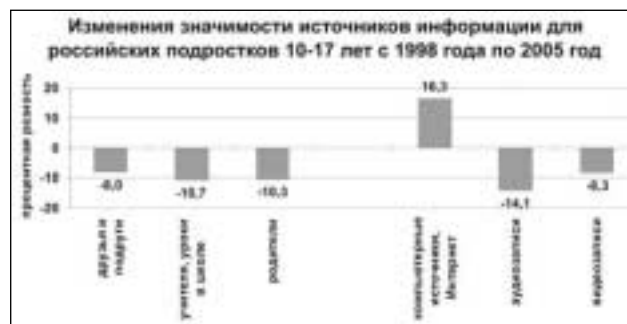


Рис. 9

Снижение интереса к чтению книг на досуге имеет, конечно, множество причин, и тенденция эта наблюдается не только в России. Она обусловлена, прежде всего, развитием новых информационных технологий, распространением Интернета и других современных средств информации. Однако именно в России, так пока и не оправившейся после глубочайшего кризиса 1990-х гг., наблюдается эклектичное смешение факторов, снижающих общий уровень культуры населения. Среди них отметим плачевное состояние школьных библиотек, где с начала 1990-х практически не пополнялись фонды, за исключением фондов учебной литературы. Столь же печально выглядит и состояние подавляющего большинства доступных для подростков библиотек муниципального уровня, специализированных детских и юношеских библиотек.

Несмотря на некоторое оживление книготорговли в последние годы, слабая сеть распространения книг в глубинке не позволяет ее жителям покупать в необходимом количестве новые издания, если не считать «бестселлеры» типа опусов Д. Донцовой — бизнесмены от книготорговли не хотят рисковать. Многие полезные для детей и юношества книги, издаваемые в многомиллионной России тиражом 10—15 тысяч экземпляров, быстро поглощаются в Москве и Санкт-Петербур-



ге, но в других местах об их появлении часто даже и не подозревают. По данным Российской книжной палаты, средний тираж книг и брошюр для детей и юношества в Российской Федерации составил в 2004 году 17,6 тысяч экземпляров. И нет ничего удивительного, что из «самой читающей страны в мире» Россия прямо на глазах превращается в дичающее безграмотное племя⁷. **И как-то стали забывать о том, что ребенок сам по себе не воспитывается и сам себя не образовывает. Чтобы он окончательно не превратился в дикаря, его надо обучать и воспитывать. Чтобы он читал, нужны книги, которые были бы доступны не только узкому кругу избранных, а всему населению.**

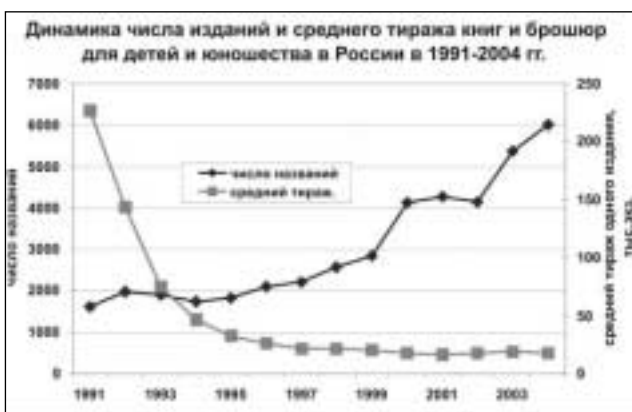


Рис. 10. Графики построены на основании данных, приведенных в книге: *Дети и культура* — М., 2007. — С. 143.

Почему для подростков возросла значимость газет и журналов? Эта тенденция начала проявляться еще с середины 1990-х гг. Она также обусловлена рядом факторов. Во-первых, пресса в отличие от книг доступна как физически (ее продают в киосках повсеместно), так и по цене. Во-вторых, она состоит из коротких и легких для чтения материалов, что в большей степени соответствует состоянию Homo clipping. В-третьих, и это главное, содержание газет и журналов, читаемых подростками, в большей степени удовлетворяет потребности последних, чем телевидение или радио при сравнительно ограниченных возможностях доступа в Интернет. **Простой пример. Среди важнейших проблем молодежи — проблема самоопределения, выбора профессии, выбора высших или средних специальных учебных заведений после окончания школы. Ни телевидение, ни радио эти потребности удовлетворить не могут и не проявляют в этом ни малейшей заинтересованности.**

Эти аргументы позволяют понять, почему происходит снижение значимости для подростков и самого телевидения. От многофункциональности, о которой писали в 1970-80-е гг., телевидение в России ушло в упрощенную, уплощенную рекламно-коммерческую развлекательно-информационную модель, далекую от реальных интересов российского общества и слабо связанную с потребностями подростков. Да, собственно, и телепрограмм для подростков неразвлекательного характера чрезвычайно мало. Появление и распространение Интернета создает для телевидения крайне неудобное положение, из-за того, что крупный рекламодатель охотится за молодежной аудиторией, а именно она-то и склонна уходить от телеэкрана в Интернет. Но инерция рекламно-коммерческой модели велика, и, скорее всего, стремление к максимизации прибыли от рекламы станет причиной еще большего падения престижа самого телевидения. Данная политика привела к деформации сеток программ в сторону релаксационного, развлекательного вещания. В 2006 году в общей структуре сеток двадцати общероссийских телеканалов подростки сверх развлечений, кино и мультфильмов смогли найти всего лишь 0,8% специальных детско-юношеских программ (преимущественно детских, предназначенных для дошкольного и младшего школьного возраста, а не подростковых) и 5,6% познавательных передач (культурно-просветительских и научно-популярных).



Рис. 11. Данные TNS Gallup AdFact. Внутрипрограммные рекламные блоки включены в длительность программ, межпрограммные рекламные блоки — в позицию «прочее».

⁷ Исследование функциональной грамотности PISA показало, что «свыше 10% российских школьников функционально неграмотны, в то время как в странах-лидерах этот показатель не превышает 1%». Цит. по: Национальная программа поддержки и развития чтения. — М., 2006. С. 6.