

Молодежь в информационном пространстве: потребности и возможности

(по данным исследования “Молодой москвич – 97”
и других исследований РГЮБ)

*Опубликовано: Молодежь и общество на рубеже веков:
Международ. науч.-практич. конф. /Гос. Дума. Федер. собрания
РФ, Правительство г. Москвы, Ин-т Молодежи. –
М., 1998. – С.51-53*

На сегодняшнем рынке информации молодежь является одной из самых активных групп потребителей. Результаты социологических и культурологических исследований демонстрируют широту информационных потребностей, рост значимости делового и вообще “информационного” чтения за счет уменьшения значимости чтения “общекультурного”, “эстетического”, востребованность библиотеки как информационного центра. С другой стороны, эти данные свидетельствуют, что информационные потребности молодежи далеко не всегда могут быть удовлетворены.

Объектом исследования “Молодой москвич – 97” были молодые люди 15-25 лет, учащиеся и работающие

(всего 500 человек). Предметом исследования стали их ценностные ориентации, потребности и установки в области образования, профессиональной ориентации, досуга, семейной жизни, права, религиозного самоопределения, а также неотделимые от всех этих проблем информационные потребности и информационная культура респондентов.

Наиболее значимыми для молодежи являются печатные источники информации, на втором месте – телевидение (их называл фактически каждый второй). Далее следуют семья, собственный опыт, окружение (старшие знакомые, сверстники, коллеги), преподаватели (каждый из этих источников назвали около 30% респондентов). При этом как данные исследования “Молодой москвич – 97”, так и данные других исследований свидетельствуют, что для младших групп (15-17 лет) значимость чтения далеко не так велика, как для более старших. Среди тех, кто не любит читать (всего их 10-13%), большинство принадлежит именно к младшим группам. Таким образом, значимость чтения (в частности, чтения книг) падает и для новых поколений оно будет играть все меньшую роль.

Тем не менее, престиж чтения все еще высок, для многих оно продолжает оставаться символом высокой культуры. Оценивая функции чтения, респонденты на первое место поставили его роль как способа развития личности, далее – как необходимой части учебы и работы и как способа получения нужной информации.

Информация, получаемая из электронных источников, находится на последнем месте по значимости,

хотя на нее уже указали достаточно многие (около 20% опрошенных). Представления молодых людей о компьютере прежде всего связаны с его необходимостью в учебе, затем следуют собственно информационные и гедонистические функции.

Тематика информации, необходимой респондентам, определяется тремя основными сферами их жизнедеятельности: это информация связанная с учебой и работой (ее назвали 58% респондентов), с досугом и увлечениями (45%), с поиском заработка (35%). Далее следуют информация о правах и обязанностях, о жизни общества, о здоровье и окружающей среде (более 20% по каждой из этих тем), о том, где, что и почему можно купить, как надо общаться с людьми, о взаимоотношениях полов, о семье и семейных проблемах (по 15-20%), о воспитании детей (10%). О том, что вся необходимая информация у них есть заявили только 7% опрошенных.

Учебная информация прочно занимает первое место у всех групп респондентов как исследования “Молодой москвич – 97”, так и других наших исследований. Однако во всех этих случаях речь идет именно о молодежи, ориентированной на образование, поскольку сегодня достаточно трудно включить в число респондентов представителей определенных групп и слоев – тех, кто не ходит в библиотеку, не учится, работает в сфере теневой экономики или вообще не работает. Поэтому полученные результаты мы должны отнести, очевидно, к “продвинутым” группам молодежи.

Особенно значима учебная информация для студентов-гуманитариев и для учащихся средних специальных учебных заведений. (последние являются наиболее активными потребителями именно такой информации, судя по результатам самых различных исследований по проблемам образования и проблемам чтения). Структуру таких информационных потребностей определяют материалы гуманитарной тематики, особенно по экономике, истории, праву, философии, страноведению, лингвистике, психологии, политологии. Это связано как с престижностью определенных профессий и учебных заведений, так и с гуманитаризацией образования.

Если потребность в информации, связанной с увлечениями, особенно характерна для школьников и студентов, то тем, где и как можно заработать, больше интересуются учащиеся средних специальных учебных заведений и работающая молодежь.

Потребность в информации о своих правах и обязанностях в наибольшей степени осознана работающей молодежью, у которой, как можно предположить, она чаще связана с конкретными жизненными ситуациями.

Отвечая на вопрос о своем желании узнать конкретные законы, респонденты назвали свыше 40 "тем" таких законов, в частности, следующие: о правах и обязанностях молодых людей, о правах человека, о правах детей, о семейном праве, об уголовном кодексе и уголовной ответственности, о гражданском кодексе гражданских правах, об экономике бизнесе банковской деятельности, о жилищном кодексе (в

частности, о прописке), о труде, профессиональной деятельности, об учебе, об авторском праве, о призыве в армию, о наркомании и наркобизнесе.

Потребность в информации о жизни общества более характерна для старших групп респондентов – работающих и студентов.

Результаты наших исследований свидетельствуют, что сложности в удовлетворении информационных потребностей молодых людей связаны как с затрудненным доступом к информации, так и с недостаточной информационной культурой потребителей, с несформированностью навыков информационного поиска.

На вопрос, легко ли бывает получить нужную информацию, три четверти респондентов исследования “Молодой москвич – 97” ответили “как когда”, 9% – “с трудом”, несколько человек утверждают, что это практически не удастся; и лишь 16% заявили, что им информация достается легко.

Труднее всего, как считают наши респонденты, получить сведения, так или иначе связанные с работой, с профессиональными проблемами. Далее следует информация, связанная с учебой, информация о правах и обязанностях молодежи, политико-правовая, экономическая, по проблемам общения, о семье и семейных проблемах, о взаимоотношениях полов.

Молодые люди осознают ценность информации (как в метафорическом, так и в прямом – денежном – смысле). Многие подчеркивали, что определенная часть необходимой

информации постоянно оказывается закрытой. Другие отмечали, что особенно сложно получить достоверную, правдивую информацию.

Библиотечные отказы на учебные запросы во многом определяются тем, что перемены в среднем и высшем образовании не обеспечены ресурсами библиотек учебных заведений; соответствующие задачи вынуждены поэтому взять на себя публичные и научные библиотеки, для которых они в принципе не являются сущностными.

С другой стороны, исследования библиотечного спроса свидетельствуют, что он далеко не покрывает всех информационных потребностей молодежи. Библиотека сегодня еще не воспринимается как место получения информации, в частности, той социально-бытовой информации, необходимость которой подчеркивали респонденты исследования "Молодой москвич – 97": о местах учебы, работы, подрабатывания, об увлечениях и досуге, о правах и обязанностях, о здоровье и общении. С формированием нового образа библиотеки связаны такие библиотечные (уже реализованные) проекты как создание служб социальной информации, центров по поддержке образования, структур по работе с молодыми бизнесменами.