УДК [002.2+028]:303.4 DOI: 10.52929/9785605111078_499

А.В. Посталовский

Факторы приобретения книжной продукции: опыт социологического исследования

Рассматриваются факторы приобретения книжной продукции посредством инструментария социологической науки. Телефонный опрос 2024 года (объем выборки – 900 респондентов) показал, что немаловажным фактором, влияющим на приобретение книжной продукции, являются объемы читательских практик. Согласно проведенному исследованию, люди стали читать меньше, чем 5–10 лет назад. Кроме того, тенденции развития цифрового пространства обусловили популярность аудиовизуального формата ознакомления с содержанием книги, в связи с чем объективно снижаются показатели востребованности книжной продукции на рынке.

Ключевые слова: книги, читательские практики, медиапространство, сетевой ресурс, Интернет, чтение.

A.V. Postalovsky

Factors of purchase of book products: experience of sociological research

The factors of book acquisition are considered using the tools of sociological science. A telephone survey in 2024 (sample size – 900 respondents) showed that an important factor influencing the acquisition of book products is the volume of reading practices. According to the study, people began to read less than 5–10 years ago. In addition, the trends in the development of the digital space have determined the popularity of the audiovisual format for familiarization with the content of the book, due to which the demand for book products on the market is objectively decreasing.

Keywords: books, reading practices, media space, network resource, Internet, reading.

В современных условиях развития социума книжная продукция выступает необходимым инструментом сохранения интеллектуального потенциала населения. Книжная продукция во многом сохраняет традиционные практики повседневного чтения, которые постоянно трансформируются в связи с развитием цифровых технологий. Цифровизация общества во многом изменила подходы читателей к приобретению классической книжной продукции (печатная книга). Важнейшим игроком книжного рынка стал выступать аудиовизуальный формат чтения, предполагающий обращение к аудиокнигам и электронным книгам. Немаловажное значение приобретает также развитие сетевого пространства, в рамках которого интересующие современного читателя книги представлены в открытом бесплатном доступе. Вследствие этого снижаются показатели продаж книжной продукции и обращения к печатному формату книжного чтения непосредственно у самих читателей.

В данном случае объектом исследовательского интереса выступает анализ факторов, способствующих приобретению книжной продукции для ознакомления с ее содержанием в традиционном формате. Целью представленной статьи выступает анализ указанных факторов с позиций методологического инструментария социологической науки. Проблематика книжного чтения и непосредственно факторов приобретения книжной продукции становилась предметом изучения в социологической среде. В данном случае можно выделить работы Д.К. Безнюка [1], А.Н. Лавровой [2], И.В. Лизуновой [3]. Вместе с тем, анализ современных практик книжного чтения и приобретения книг требует актуализации эмпирических данных в осмыслении заявленной проблематики.

В первом квартале 2024 года Институт социологии НАН Беларуси провел телефонный опрос населения, посвященный анализу книжной культуры жителей Республики Беларусь (объем выборки – 900 респондентов, выборка стратифицированная, репрезентируется мнение всего населения). Согласно представленным данным (табл. 1), большинство респондентов (51%) отмечают, что стали читать печатные книги меньше, чем 5–10 лет назад.

Таблица 1

Распределение ответов на вопрос «По сравнению с тем, сколько книг Вы читали 5–10 лет назад, сейчас Вы читаете?»

Переменные	2024
Больше	30,4
Примерно столько же	17,7
Меньше	51,0
Затрудняюсь ответить	0,9

В данном случае снижение показателей востребованности книжного формата чтения выступает значимым фактором, оказывающим влияние на рынок книжной продукции.

Абсолютное большинство читателей предпочитают традиционный печатный формат книг для чтения (табл. 2). При этом сравнительный анализ эмпирических данных с 2023 годом показывает снижение показателей востребованности книжного формата на 5,2%, в то время как среди электронных книг и аудиокниг отмечается незначительное увеличение востребованности аудиовизуального формата ознакомления с книгой.

Таблица 2

Предпочитаемый формат книг для чтения среди читателей

Переменные	2023	2024
Печатные	87,0	81,8
Электронные	8,4	12,1
Аудио	2,4	4,3
Затрудняюсь ответить	2,1	1,8

В контексте частоты прочтения книг значимых изменений в показателях 2023 и 2024 г. не наблюдается, при этом ежедневный формат чтения книг, согласно ответам респондентов, более востребован в 2024 году по сравнению с прошлым годом (табл. 3).

Таблица 3

Частота прочтения книг

Переменные	2023	2024
Ежедневно	38,2	44,4
Несколько раз в неделю	33,0	34,0
Несколько раз в месяц	18,1	12,5
Несколько раз в год	5,1	4,9
Раз в год и реже	2,0	1,4
Затрудняюсь ответить	3,6	2,8

В оценке перспектив замещения электронными книгами традиционной книжной продукции значимых расхождений в ответах респондентов не наблюдается. С одной стороны, выросли показатели положительных ответов в отношении перспектив замещения книжного формата на 3,7% по сравнению с 2023 годом, с другой – незначительно увеличились показатели ответов респондентов (62% в 2024 году, в 59,9% в 2023 г.), считающих, что электронные книги не смогут полностью заменить печатные (табл. 4).

Таблица 4

Распределение ответов на вопрос «Как Вы считаете, со временем электронные книги могут полностью заменить печатные?»

Переменные	2023	2024
Да	9,8	11,9
Скорее да	18,1	19,7
Да	27,9	31,6
Скорее нет	20,4	21,6
Нет	39,4	40,4
Нет	59,9	62,0
Затрудняюсь ответить	12,2	6,4

В отношении количества приобретенных книг в течение последних 12 месяцев преимущественным показателем является диапазон 3–5 книг (табл. 5). Далее показатели варьируются либо в сторону увеличения (6–10 книг – 18,1%) либо в сторону

кардинального уменьшения в сторону 1–2 книг, приобретенных за последний год – 16,3%.

Таблица 5

Количество книг, приобретенных читателями в последние 12 месяцев

Переменные	2023	2024
1-2 книги	14,3	16,3
3-5 книг	30,3	28,1
6-10 книг	19,8	18,1
11-15 книг	7,6	4,0
16-20 книг	3,6	8,2
21 книга и более	7,3	7,1
Ни одной	10,7	12,8
Затрудняюсь ответить	6,4	5,4

Немаловажное значение для понимания факторов приобретения книжной продукции принимает обращение к ответам респондентов, которые не приобретают книги (табл. 6). Доминирующими показателями в данном контексте выступают переменные «Я могу взять все, что меня интересует, в библиотеке» (61,7%), «Мне вполне достаточно тех книг, которые есть у меня дома» (42,0%). Далее респондентами отмечаются такие факторы как возможность взять интересные книги у знакомых или друзей, скачать необходимую книгу в интернете, а также высокая стоимость книжных изданий.

Таблица 6

Распределение ответов на вопрос
«Почему Вы не приобретаете книги?»

Переменные	2023	2024
У меня не хватает времени читать книги	1,7	4,8
Мне вполне достаточно тех книг, которые есть у меня дома	48,4	42,0
Я всегда могу взять интересные книги у знакомых, друзей	26,6	26,0

Издается не так много интересных книг	1,7	1,9
Я могу взять все, что меня интересует, в библиотеке	53,9	61,7
Дома нет места для новых книг	7,7	6,3
Я могу скачать/прочесть то, что мне нужно, в интернете	14,9	26,0
Книг так много, что трудно выбрать то, что нужно	0,6	1,9
Высокая стоимость книг	20,6	25,7

Таким образом, на основании проведенного исследования можно сделать следующие выводы. Существенным фактором, влияющим в настоящее время на приобретение книжной продукции, являются практики активного чтения книг. Большинство респондентов отмечают, что читать они стали меньше, чем 5–10 лет назад, вследствие чего объективно снижается спрос на книжную продукцию среди населения. Печатный формат книги попрежнему остается востребованной читательской практикой, при этом с каждым годом увеличивается количество тех респондентов, которые предпочитают аудиовизуальный формат ознакомления с содержанием книги. Наличие электронных версий книжной продукции в интернете выступает в качестве одного из факторов, способствующих снижению покупательской активности среди читателей. Возможность скачать необходимую книгу в сетевом пространстве является преимущественно бесплатной опцией на многих информационных ресурсах, в то время как высокая цена на книги является значимым фактором для читателей, показатели которого имеют тенденцию к увеличению (20,6% – 2023 г., 25,7% – 2024 г.). В целом необходимо отметить, что востребованность традиционного формата чтения будет способствовать сохранению спроса на книжную печатную продукцию, при этом классическая книга находится в состоянии растущей конкуренции с цифровыми читательскими практиками.

1. *Безнюк Д.К.* Аудитория радиовещания в зеркале медиаизмерений // Социологический альманах : сб. науч. тр. / НАН Беларуси, Ин-т социологии. Минск, 2022. Вып. 13. С. 20–26.

2. *Лаврова А.Н.* Факторы, влияющие на выбор аудитории при покупке книг (по результатам социологического опроса) // Вестник Московского Университета. Сер. 10. Журналистика. 2015. № 4. С. 70–86.

3. *Лизунова И.В.* Медиапотребление и чтение: модернизация на рубеже XX–XXI вв. // Гуманитарные науки в Сибири. 2016. Т. 23, № 4. С. 93–98.

УДК 025.12

А.В. Романова

Основные виды и функции библиотечных изданий

В статье рассмотрены виды изданий, которые выпускают библиотеки, приведены их примеры и функции, что позволяет сформировать четкое представление о библиотечном книгоиздании. Также намечены вопросы для дальнейшего исследования библиотечной издательской деятельности в качестве инструмента для усиления роли библиотеки как научного центра.

Ключевые слова: библиотека, книжное дело, библиотечное издание, вид издания, функции библиотек, функции изданий.

A.V. Romanova

The main types and functions of library editions

This article looks at the types of editions produced by libraries, giving examples and functions that allow a clear picture of library book publishing to be formed. It also outlines issues for further research on library publishing as a tool to enhance the role of the library as a research centre.

Keywords: library, book publishing, library publishing, types of editions, functions of libraries, functions of editions.

Библиотеки, являясь важной составляющей книжного дела, способствуют сохранению и развитию культуры и науки.

Несмотря на то, что библиотека всегда была объектом внимания исследователей из области библиотековедения, библиографоведения и книговедения (т.е. исследователей книжного дела), наиболее распространенным остается мнение о том, что библиотека является хранителем и транслятором знаний (или информации).