

Аммосова Айталына Кирилловна

магистрант

Финансово-экономический институт

ФГАОУ ВО «Северо-Восточный федеральный

университет им. М.К. Аммосова»

г. Якутск, Республика Саха (Якутия)

ОТНОШЕНИЕ ЯКУТЯН К СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НАЦИОНАЛЬНОГО КНИЖНОГО ИЗДАТЕЛЬСТВА «БИЧИК»

Аннотация: в статье обосновывается деятельность национального книжного издательства как социокультурного института, анализируются итоги социологического опроса отношения якутян к издательской продукции НКИ «Бичик».

Ключевые слова: национальное книжное издательство, социокультурный институт, якутяне, социологический опрос.

Книга в широком смысле – социальное явление, присущее обществу с развитой письменной культурой. Книга – это массив знаний, идей, информации, предназначенный для обучения, времяпрепровождения, воспитания, и доступный для широкого пользования. Она как информационный продукт представляет собой средство массовой коммуникации и подчиняется особенностям коммуникации в определенном обществе. Книга как творческий продукт – явление персонифицированное и является продуктом интеллектуальной и духовной деятельности её творца. Книга как средство духовной преемственности является духовной ценностью, распространяющейся по социокультурным каналам взаимодействия людей. Книга как товар на рынке производства материальных ценностей подчиняется законам рынка, и его производство регулируется экономическими механизмами.

Преодоление данного противоречия становится актуальной задачей для информационного общества, не собирающегося отказываться от книги в разных форматах и выполняющей различные функции в обществе.

В последнее десятилетие книжное издательство многие относят именно к сфере экономики как коммерческие организации, действующие по законам рынка, заставляющего производить коммерчески выгодную книжную продукцию.

Один из ведущих российских культурологов О.Н. Астафьева считает, то «меняются способы коммуникации, и книга как их часть тоже. Но существует нечто, что одинаково притягивает всех, – это фиксированность знаний в виде экспертного знания, что очень важно в быстро меняющейся реальности. Книга продолжает быть носителем этого знания, воплощать культуру и душу человека» [1].

Несмотря на ситуативные конъюнктурные перегибы, книжное издательство издревле и до сих пор является одним из катализаторов культуры человечества. Именно книжная культура работает над развитием духовного, интеллектуального, нравственного знания и поведения общества. Изучая спрос и ассортимент издаваемой продукции, можно проследить как меняется социокультурный облик общества.

Социологическое исследование деятельности национального книжного издательства нацелено на выявление оптимального баланса между правом человека на доступность культурных благ, к коим относится книга, и услугой книжного издательства, производящего книгу как рыночный товар. Социологический подход отличается от экономического изучения книгоиздательства тем, что он рассматривает книжное издательство как социокультурный институт. В социологической науке социальный институт определяется как учреждение (служба) или совокупность учреждений, обладающих определенным общественным назначением (средства массовой информации, образование, церковь, наука и др.). Сущность социально-культурного института определяется тем, что он обеспечивает осуществление культурной деятельности.

В Республике Саха (Якутия) единственным государственным издательством является Национальное книжное издательства «Бичик», который выпускает социально значимую, национальную литературу универсального профиля.

В процессе модернизации государственного книгоиздания в Якутии мы выделили три периода: первый (1985–1991 гг.) – перестроечный, второй (1992–1998 гг.) – переходный, и третий (с 1999 года – по настоящее время) – формирование модели культуроформирующего книгоиздательства.

Для определения приоритетных направлений и выявления роли НКИ «Бичик» как социокультурного института нами проведен опрос 107 респондентов по 12 вопросам. Выявлено, что большинство респондентов получают продукцию данного книжного издательства в магазинах, два раза меньше респондентов одалживают в библиотеках, знакомых и друзей, остальным дарят как подарок. Большинство респондентов, выбирают художественную литературу – 47% и литературу для детей и юношества – 38%. Категория «Литература для детей и юношества» была выбрана из-за того, что многие часто покупают для своих детей и внуков. Респонденты считают, издание литературы для детей в данном издательстве является привлекательным приоритетом «Бичик, продукция которого выгодно отличается разнообразием, красочностью и интересным и понятным содержанием для воспитания и образования ребенка.

Художественная литература есть и остается самой потребляемой продукцией. Многие опрошенные собирают коллекционные издания и сборники якутских классиков литературы. Интерес к художественной литературе (31,2%) намного больше, чем к другим видам изданий. Мужчины и женщины равно читают художественную литературу – 14,1% и 17,2%, тогда как интерес к литературе для детей и юношества два раза больше у женщин, которые покупают детям и внукам – 12,1% против 4,8% у мужчин. Массово-политическая литература преобладает у респондентов мужского пола – 9,2%, а учебно-методическая у женщин – 9%.

Респондентов больше всего привлекает в продукциях издательства, во-первых, дизайн – 37%, который выражает идентичность якутского народа, пропагандирует знание и приверженность своим традициям. Очень значимы такие характеристики как «Национальные свойства книги», которые помогают читателям понять свою национальную особенность. Второе место по значимости

занимает «качество книги» (25%), соответствующий всем стандартам книгопроизводства.

Почти все респонденты охарактеризовали деятельность и вклад издательства на высший балл: в развитии образования, в укреплении духовно-нравственных ценностей, в сохранении культуры, языков и литературы народов Якутии, в сохранении и восстановлении исторической памяти и в краеведении. По мнению респондентов НКИ «Бичик» полностью соответствует своему статусу как социокультурного института. В новых условиях рыночной экономики и коммерциализации Национальному книжному издательству «Бичик» удалось сохранить и развить издание социально-значимой литературы, приобщающей жителей республики к материальной и духовной культуре народов Якутии, их традициям и обычаям, способствуя формированию национального самосознания, культурной и гражданской идентичности.

Вклад Национального книжного издательства «Бичик» в развитие культуры народа Якутии неоценимый. Своими многообразием, качеством, ассортиментом, дизайном, новизной выпускаемой продукции – от детской литературы до описания жизни знаменитых якутян, от учебников до подарочных фотоальбомов они прославили якутский народ не только на региональном и российском уровне, но и на международном.

Непростая миссия – просвещение якутского народа и коренных малочисленных народов Севера, сохранение якутской культуры, языка и литературы, которую они на себя взяли, можно сказать успешно выполнена и выполняется.

Список литературы

1. Круглый стол «Книги в России: будущее, которое мы создаем» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rsl.ru/ru/s7/s409/2013/150313>