

Петровичева Л. И., доцент

## ОСНОВНЫЕ СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ, ФОРМИРУЮЩИЕ ТИП ЧИТАТЕЛЯ

The definition of the basic social-psychological parameters, is necessary at realization of sociological researches of reading and reader. In clause the social-demographic parameters and parameters of reader's behaviour are considered (examined), which can be fixed in a basis of formation such as the reader.

В книговедении одной из главных проблем является изучение системы «книга — книжное дело — читатель». Глубоко и всесторонне изучены первые два сегмента этой системы. Менее изученной остается проблема читателя, хотя именно он определяет читательскую судьбу книги. Написанная, но неизданная рукопись навсегда остается в архивах писателя и не является книгой. Поэтому для жизни книги нужны живые люди — читатели. Они подразделяются на следующие группы:

- а) читатель — реальная личность, которая читает;
- б) читатель, которого автор имеет в виду, создавая произведение;
- в) читатель, который существует в произведении, как один из персонажей.

Читателей группы «в» чаще всего изучают литературоведы. Анализируя характер образов, приемы их построения, прототипы и т. д., они исследуют и эту группу читателей. Примером может служить прекрасная работа Федуты А. И., Егорова И. В. «Читатель в творческом сознании А. С. Пушкина» [1].

Вторую группу читателей «б» чаще всего изучают социологи, психологи, историки, библиотековеды и литературоведы. Они пытаются выяснить функцию художественного образа, его работу в читательской, воспринимающей среде. Писатель, создавая произведение, заведомо рассчитывает на определенного читателя, с определенной читательской культурой, воображением, ассоциативным мышлением, начитанностью. Не называя всех признаков того или иного действия, писатель воскрешает их в читательской душе ритмом стиха, его музыкой, его пением звуков в слове, а главное — контекстом поэмы и читательским восприятием.

Именно на такого читателя с большой буквы рассчитывали писатели и часто говорили об этом: А. Пушкин, М. Салтыков-Щедрин, О. Мандельштам, М. Булгаков и др. [2].

И, наконец, первая группа читателей «а» — самая большая и активная. Именно ей интересуется большинство исследователей чтения и читателей. Здесь читатель — реальная личность, которая выделяется из всей массы людей на основе той деятельности, которую он осуществляет через чтение. В эту группу входят и сами писатели, как первые читатели своих произведений, а также критики, редакторы, корректоры, рецензенты, цензоры, литературоведы — все те, кто хотя и выступает в качестве читателя, но чтение этой специфической подгруппы читателей обычно не подразумевается.

Если учесть современные темпы распространения книги в обществе, то проблема изучения читателей является одной из главных и имеет не только книговедческое, но и научно-познавательное и политическое значение. Сегодня ей занимаются не только книговеды, но и социологи, психологи, литературоведы, историки, библиотековеды. Каждый из названных специалистов изучает читателя с какой-либо определенной стороны, обусловленной спецификой отрасли, и только книговед пытается дать всестороннюю характеристику.

Книговеда не интересует содержание произведения как таковое. Его внимание направлено на определенное содержание в определенной форме, на конкретный экземпляр, издание, серию, на издательский репертуар, ассортимент книжного рынка, книжное собрание. Но самый важный объект книговеда — адресат книги — читатель.

Для него книги пишут, редактируют, иллюстрируют, производят, распространяют, рекламируют и т. д.

Кто читает, что читает, как читает, почему читает, сколько времени тратит на чтение, кто помогает встрече читателя с книгой, мотивы выбора книги, результативность чтения — вот лишь некоторые вопросы, возникающие у книговеда при изучении читателя.

Изучение читателя — процесс очень сложный, трудоемкий и многосторонний. Прямому наблюдению доступен лишь физический, но не психологический его аспект. Статистические данные раскрывают лишь объем и социальные аспекты чтения. Мотивы, цели, манеру, потребность в чтении, восприятие и эффективность можно выяснить лишь с помощью методов других наук, например психологии, педагогики, истории.

Поэтому изучение читателя ведется не только в границах различных областей книжного дела (редакционно-издательского, книготоргового, библиотечного, библиографического), но и в рамках социологии, психологии, литературоведения, лингвистики, истории, педагогики и других наук. Это обусловило междисциплинарный характер проблемы, разнообразие подходов к ее решению и терминологическую разноречивость.

В последнее двадцатилетие отчетливо осознается необходимость сопоставить разные направления в изучении читателей, которые различаются методическими возможностями, понятийным аппаратом и сферой практического применения [3].

Сравнение этих направлений позволяет говорить о том, что основным здесь является разработка системы показателей, характеризующих читательскую аудиторию. Особенно это важно при изучении истории чтения и читателя, когда исследуются большие социальные слои общества (рабочие, крестьяне, служащие, учащиеся и т. д.) и встает вопрос о реконструировании типа читателя этих групп. Поэтому разработка системы показателей, в совокупности определяющих тип читателя, является одним из узловых вопросов для историков читателя и чтения. Под показателем подразумевается единство смысловой и количественных характеристик исследуемого процесса или явления.

Под «читательским типом» Б. Г. Умнов подразумевает «модель, обобщенно отражающую систему существенных характеристик читательской психологии и читательской деятельности» [4]. Эта система испытывает влияние «внешних» — по отношению к самому чтению — систем свойств (социальных, социально-психологических, психофизических и др.), которые отражаются в читательском типе в снятом виде, но не служат типобразующими признаками [1-4]. И далее он говорит, что «группировка читателей по возрасту, уровню образования, стадиям специализации личности или степени экстраверсии-интроверсии, обнаруживая различия в чтении групп, не выявляет собственно читательские типы людей» [5].

Но при изучении истории читателя и чтения ученый проводит вторичный анализ эмпирической информации, накопленной в исследованиях читательской аудитории предыдущих лет. В этой информации присутствуют социально-демографические признаки исследуемых: пол, возраст, образование, социальная принадлежность, реже — данные о труде, семье, досуге, быте и т. п. Четко показано их влияние на реальный круг чтения, на отношение к различной литературе, на широту мотивов выбора книги и т. д. Следовательно, при изучении истории читателя типобразующими признаками являются социально-демографические и психологические.

Это подтверждают и все крупные социологические исследования чтения и читательской аудитории, проведенные за последние двадцать лет. В них образ читателя складывался из: а) социально-демографических признаков и б) показателей читательского поведения (большинство из которых основано на самооценке респондентов, т. е. на субъективной информации).

Рассмотрим эти показатели более подробно.

I. К социально-демографическим признакам можно отнести: социальное положение, пол, возраст, образование, профессию, место жительства, семейное положение, содержание труда, зарплату, национальность, общественную работу, в советское время — партийность и некоторые другие признаки.

По социальной принадлежности выделяют три категории читателей: рабочие, крестьяне, интеллигенция.

По полу: мужчины и женщины.

По возрасту: дети, юноши, молодежь, среднее и старшее поколение.

По образованию: среднее общеобразовательное, среднее специальное, высшее.

По месту жительства: жители села, жители небольших городов, жители крупных городов с развитой инфраструктурой.

Остальные социально-демографические признаки изучались историками чтения в зависимости от целей, характера и сферы практического применения результатов социологического исследования чтения и читателей.

По мнению социолога О. М. Масловой, социально-демографические признаки представляют собой «независимые переменные, функции которых рассматривают критерии читательских оценок, интересы, мотивы читательского поведения, ожидание спроса, выбора того или иного вида издания и т.д.» [6].

II. Показатели читательского поведения, на наш взгляд, включают в себя следующие черты: 1) потребность в чтении, периодичность (систематичность чтения), привычку к чтению; 2) читательский интерес (что читают); 3) требования, предъявляемые к книге и произведениям печати; 4) мотивы выбора (почему читают); 5) цели чтения (зачем читают); 6) восприятие прочитанного; 7) результативность (эффективность чтения).

Каждая из этих черт может быть объектом специального исследования, но только анализ их совокупности позволяет выявить более или менее определенный тип читателя.

1. Потребность в чтении, периодичность чтения, привычку к чтению раскрывают не только сведения самих респондентов, но и данные о числе абонентов библиотек, подписчиков на произведения печати, количество средних выдач в библиотеках, фактические данные о времени, которое расходовалось на чтение, о материальных затратах на произведения печати, полученные в результате социологических исследований.

2. Читательский интерес (что читают). Он формируется ассортиментом книжного рынка и составом фондов библиотек. В советское время он не отражал истинных интересов читателей, т. к. состав библиотечных фондов и ассортимент книжных фондов создавались, до известной степени, искусственно. Да и тиражи наиболее популярных произведений были занижены, что, в свою очередь, влияло на популярность и читаемость, обуславливало повышенный или пониженный интерес к тому или иному произведению и автору.

3. Требования, предъявляемые к книге. Они выясняются только на основе субъективной информации — отзывах самих читателей о прочитанной книге. Требования могут касаться не только содержания, темы, фабулы, идейной направленности произведения, но и композиции и языка. Существуют требования к полиграфическому оформлению книги, шрифту, иллюстрациям, объему, качеству бумаги и печати.

4. Мотивы выбора (почему читают). На них влияют учеба, самообразование, советы библиотекарей, преподавателей, товарищей, книжные выставки и ярмарки, рекомендации библиографических источников, СМИ, реклама и пропаганда книги. Эти каналы информации создают предпосылки для систематического чтения, что обуславливает мотивы выбора.

5. Цели чтения (зачем читают). Они почти всегда совпадают с мотивом выбора книг. Однако многое зависит от фактора наличия книги в библиотеке или на книжном

рынке. Не являясь решающим, это обстоятельство все же оказывает влияние на читательский интерес, а следовательно, и на тип читателя. Цели чтения могут быть: а) развлекательные (обращаются к книге для отдыха); б) общеобразовательные, учебные (к книге обращаются в целях учебы и самообразования); в) производственные (обращаются с целью повышения квалификации в области профессиональной деятельности); г) практические (связанные с хозяйственной деятельностью или с хобби); д) познавательные; е) связанные с политическим мировоззрением, общественной работой и другие.

6. Восприятие прочитанного. Учебные, производственные, практические, познавательные и цели, связанные с общественной работой и политическим мировоззрением, обуславливают манеру чтения и восприятия прочитанного. Учебная, техническая, общественно-политическая, художественная, научно-популярная книга в этих случаях читается тщательно, вдумчиво, внимательно, по несколько раз перечитывается. Непонятные слова и выражения разыскиваются в словарях и энциклопедиях. Восприятие прочитанного отражает позицию читателя, оно указывает, что читатель «берет» книгу. При этом одна и та же книга по-разному воспринимается не только разными читателями, но и одним и тем же читателем при перечитывании. Это обусловлено не только самой книгой, но и особенностями читателя (демографическими, психофизиологическими и т. д.). При этом книга представляет объективную, а читатель — субъективную сторону отношений, возникающую в таком виде человеческой деятельности, как чтение. Преобразуя произведение для самого себя, читатель раскрывает его возможности и одновременно изменяется сам. Раскрывая возможности, заложенные в книге, он одновременно расширяет свои собственные, таким образом, он испытывает воздействие книги на себе. Воздействие акцентирует сторону, связанную с книгой, когда она воспринимается, «вбирает в себя» читателя, воздействует на него.

7. Результативность (эффективность) чтения. Эффект практического воздействия, как конкретный пример влияния книги, — явление сложное. У нас пока еще нет солидного теоретического обоснования его психологической стороны. Результативность чтения — понятие широкое. Общеизвестно, что общение с книгой, особенно с художественным произведением, не проходит впустую. Душевные переживания — сочувствие одним героям, антипатия к другим, осуждение каких-то явлений под впечатлением отрицательной оценки автором — все это накладывает отпечаток на мысли и чувства читателя, формирует его идеалы, меняет отношение к жизни и окружающим. Но при кажущейся простоте дела и бесспорности воздействия книги факты ее конкретного влияния трудноуловимы, а подчас недоказуемы, потому что, во-первых, влияние книги носит опосредованный характер и проявляется не сразу, а порой через большие промежутки времени; во-вторых, книга нередко воздействует на человека в числе других средств влияния и прежде всего среды. Трудно, а порой и невозможно уловить те тончайшие нити связи, которые тянутся от прочитанной книги к благородному поступку человека. Не случайно современная наука (в частности, педагогика, психология) активно занимается выявлением факторов воспитательного воздействия художественной литературы на различные категории читателей (особенно детей). И все же результативность чтения ярко проявляется в общественно-организующей роли книги. При этом можно выделить три направления: 1) политическое, которое проявляется в повышении уровня политического сознания читателей; 2) экономическое, проявляющееся в более эффективном и производительном труде; 3) культурное, выражающееся в духовном и нравственном росте читателей.

Следовательно, тип читателя — категория социальная. Она имеет ярко выраженную совокупность читательских признаков. Внутренняя динамика их изменения определяется социальными факторами — общественным строем, системой образования, условиями труда, воспитательным воздействием общественных организаций, экономической ситуацией и т. д.

Таким образом, проблема признаков, формирующих тип читателя, расположена на границе многих наук. Для ее изучения нужны данные психологии, социологии, истории, дисциплины книговедческого цикла. Знание социально-демографических и психологических признаков позволяет реконструировать тип читателя, гибридный характер которого позволяет ему входить в любую из них, например в литературоведение, но тогда это будет читатель только художественной литературы. Точно так же обстоит дело с библиографией, библиотековедением, книжной торговлей.

Знание типа читателя необходимо практическим работникам книжного дела — редакторам, книгопродавцам, библиотековедам, библиографам — для улучшения качества книги и улучшения путей ее продвижения к потребителю. Научно обоснованное представление о читателе-покупателе, читателе-потребителе библиотечной информации, читателе-абоненте библиотеки, читателе-библиофиле позволит точно предвидеть и прогнозировать социальную эффективность книги, управлять практикой книжного дела.

### ЛИТЕРАТУРА

1. Федута А. И., Егоров И. В. Читатель в творческом сознании А. С. Пушкина. — Мн.: ООО «Лимариут», 1999. — 255 с.
2. Мандельштам О. О собеседнике // Аполлон. — 1913. — № 2. — С. 53.
3. Умнов Б. Г. Теоретические и методологические проблемы типологизации читателей // Проблемы дифференциации читателей и психологии чтения. — Л.: ЛГИК, 1990. — С. 5, 20—21.
4. Маслова О. М. Некоторые аспекты формирования системы показателей в социологических исследованиях читательской аудитории // Социология и психология чтения // Труды Гос. б-ки СССР им. В. И. Ленина. — 1979. — Т. 15. — С. 92—93.
5. Петровичева Л. И. Советский читатель-рабочий 20-х годов. Автореф. дис. на соиск. уч. степени канд. фил. наук. — Л., 1975. — С. 9.
6. Шомракова И. А. Крестьянский читатель 20-х годов. История русского читателя // Труды ЛГИК, 1976. — Вып. 2. — С. 115—136.