

Вопрос 2. Психология и социология чтения. Типология читательской компетентности.

2.1. Методологические вопросы психологии и социологии чтения

Книга как общественное явление и средство массовой коммуникации

Книга (в широком смысле) – явление, возможное только в обществе, т.е. она – социальное явление. Автор создает свое произведение в расчете на то, что его кто-то будет читать. Он должен донести свое произведение до других людей, а для этого он и эти люди должны понимать друг друга, т.е. иметь общий язык и более- менее общую систему образов, символику. Все это вырабатывается только в процессе взаимодействия разных людей, социальных институтов, который невозможен вне общества. Автору каким-либо способом нужно донести свое произведение до читателя (как можно большего числа людей), а значит, нужно издать книгу (или статью в журнале, газете и т.д.). Но автор в большинстве случаев не может сам осуществить весь издательский цикл. Для этого ему нужны другие специалисты: литературный редактор, корректор, технический редактор, художественный редактор, полиграфист, книгораспространитель. Следовательно, в процессе доведения книги до читателя взаимодействуют разные люди и разные социальные институты.

Факторы, сопутствующие созданию книги:

1. Состояние культуры, степень умственного и нравственного развития и образования общества и личности; потребности и склонности среды, запросы читающей публики;
2. Исторический момент, господствующая личность; общественный тип людей;
3. Личность автора, издателя, торговца;
4. Политическое состояние государства и общества; роль личности в обществе и государстве;
5. Степень насыщенности книжного рынка; запас и цена бумаги;
6. Состояние торговли и промышленности (в целом и книжной в частности); емкость рынка в целом, количество типографий, издательств; средства книгораспространения, имеющиеся на данный момент;
7. Состояние книгопечатания, развитие книгопечатной техники;
8. Исторические традиции: «великие книги» и литературные критики;
9. Состояние и степень развития устного и печатного слова.

Таким образом, можно сделать вывод, что книга представляет собой средство массовой коммуникации, является порождением общества и сопутствующим любому обществу явлением. Книга – явление индивидуальное по происхождению и социальное по сфере действия.

С точки зрения массовой коммуникации художественная литература – средство массового воздействия, которое не отличается регулярностью воздействия, как, например, телевидение. Воздействие информации зависит от того, насколько она соответствует социальным запросам аудитории и насколько регулярна. Также воздействие зависит и от содержания и способа изложения информации. Этот момент является ключевым в теории редактирования.

Функции массовой коммуникации (по Г. Лассуэлу):

1. Информационная – обозрение окружающего мира.
2. Корреляция с социальными структурами общества (воздействие на общество через обратную связь).

3. Передача культурного наследия.

4. Мобилизующая (регулирующая) – актуальна в рекламе и во время массовых политических или религиозных кампаний.

Компоненты массовой коммуникации:

- коммуникатор — тот, кто говорит (автор);
- аудитория – те, кому говорят (читатели);
- сообщение – что именно говорят (произведение);
- канал – техническое средство (книга).

Коммуникация – технический процесс обмена информацией между двумя и более индивидами (либо группами).

Опосредованность сообщения техническими средствами определяет специфику массовой коммуникации:

1) использование технических средств превращает общество в массовое (именно с появлением вначале просто письменности, затем рукописной книги, после этого книги печатной росли и масштабы коммуникации);

2) направленность массовой коммуникации – социальная, так как сообщение предназначено не для одного, а для многих людей;

3) массовая коммуникация имеет организованный характер, т.е. распространение информации идет по определенным каналам, на определенном языке и т.д.;

4) массовая коммуникация институциональна (организуют массовую коммуникацию некие учреждения, защищающие интересы определенных групп);

5) в массовой коммуникации отсутствует непосредственная обратная связь: автор не может видеть непосредственную реакцию на произведение, он может только мысленно представлять свою аудиторию. Либо обратная связь отсрочена (звонки, письма, встречи и т.д.);

6) повышенная требовательность к соблюдению принятых в обществе норм общения.

Коммуникатор тоже может быть и чаще всего бывает массовым: сообщение, чтобы оно дошло до потребителя, нужно упорядочить, отредактировать по содержанию (чтобы отвечало интересам определенной социальной группы) и по форме (чтобы соблюсти языковые нормы, требования данного канала передачи). Таким образом, кроме автора в процессе передачи информации участвуют редакторы, корректоры и технический персонал.

Типология *аудитории* чаще всего осуществляется по следующим признакам:

- возраст;
- уровень образования;
- пол;
- профессия;
- национальность.

Например, типично женскими темами считаются: культура, искусство, литература, здравоохранение; типичные жанры – любовный и семейный роман. Типично мужские темы: промышленность, строительство, транспорт, наука и политика, частично спорт; жанры – детектив, триллер, исторический роман.

Аудитория распадается на множество более конкретных аудиторий и социокультурных групп, воспринимающих информацию в зависимости от того:

- к какому классу, сословию принадлежат люди;
- какова степень внушаемости аудитории;
- какие физические недостатки обнаружены у аудитории (например, слабовидящие);

- каково психологическое состояние людей;
- каков уровень образования аудитории;
- где проживают люди (город или село);
- каков уровень культуры в данной среде;
- каков политический режим в данной стране;
- каковы религиозные убеждения людей;
- каков уровень расовых и религиозных предрассудков у людей;
- каков уровень доверия аудитории СМИ;
- каково национальное разнообразие в данном обществе;
- каков возрастной рубеж в данном конкретном обществе;
- какова профессиональная направленность аудитории;
- наличие в данном коллективе лидера и пр.

Чтение может осмысливаться с психологической и социологической точек зрения.

Чтение и общество	
с психологической точки зрения	с социологической точки зрения
сложный вид психической деятельности, процесс восприятия и переработки текста, результатом которого является его понимание	это познавательно-коммуникативная деятельность, сущность которой заключается в активном, целенаправленном преобразовании и подчинении содержания текста потребностям социального субъекта

Чтение – это деятельность. Любая деятельность целенаправленна, т.е. предполагает некий результат. Из целей чтения вытекают его функции:

Цель чтения	Функция
узнать новое, получить информацию	познавательная, информационно-потребительская
заявить о себе, поделиться информацией	коммуникативная
развлечься, отвлечься	гедонистическая
научиться чему-то	нравственно-воспитательная
получить удовольствие от хорошо написанной и оформленной книги	эстетическая

Процесс чтения состоит из трех фаз:

1. Побуждение к чтению, предшествующие установки.
2. Сам процесс чтения, контакт с текстом.
3. Оценка достигнутых результатов.

На процесс чтения влияют:

- 1) социально-демографические характеристики читателя: пол, возраст, национальность, социальный статус, социальные позиции личности;
- 2) социально-психологические характеристики: мировоззрение, ценностные ориентации, убеждения, потребности, мотивы, интересы, установки;
- 3) опыт (жизненный и читательский), знания, умения, навыки, привычки;
- 4) познавательные психические процессы: восприятие, представление, антиципация (предвосхищение, предугадывание, антиципация), воображение, память, мышление, внимание;
- 5) эмоционально-волевые характеристики: эмоции, чувства, воля, настроение;
- 6) психологические особенности личности: темперамент, характер, способности;
- 7) общее состояние здоровья, зрение, самочувствие;
- 8) наличие и количество времени для чтения.

На читательскую деятельность (точнее, на то, как будет восприниматься книга) влияют также и характеристики автора: социально-демографические данные и статус автора; мировоззрение, ценностные ориентации, убеждения; знание материала, умение его излагать; информация и знания, заложенные в тексте; показатели текста (полиграфические, лингвистические, семантические).

<p>Место психологии и социологии чтения в системе книговедческого знания</p>

Фактический материал по изучению читателя накапливался в границах различных областей книжного дела: редакционно-издательского, книготоргового, библиографического, библиотечного и т.д. В настоящее время разработку проблемы читателя проводят такие науки как социология, психология, лингвистика, литературоведение, теория массовой коммуникации.

В.П. Таловым была сделана попытка обосновать «читателеведение» как относительно самостоятельную книговедческую дисциплину, базирующуюся на функциональной трактовке состава объекта книговедения: «книжное дело – книга – читатель». Но наука эта не чисто книговедческая, а составная. Изучением читателя занимаются социологи и теоретики журналистики, библиотековеды и литературоведы. Междисциплинарные разработки обогащают и расширяют предмет каждой из них, выявляют сущность, формы и степень взаимопроникновения объектов и предметов нескольких наук, что есть проявление процесса интеграции научного знания. На деле эта комплексность выражается в том, что процесс чтения и читающий человек, люди, общество изучаются *на периферии традиционных дисциплин*.

Психология в сфере книги изучает:

- 1) процесс литературного творчества;
- 2) процесс чтения;
- 3) процесс книжного влияния (понимание идей текста, умение применить полученные знания).

Социология в сфере книги занимается изучением взаимодействия книги и читателя при определенных социальных условиях – культурных, экономических, политических и т.д. Изменение социокультурной ситуации, перемены в образе жизни населения в конце XX в. трансформировали и основные социальные функции чтения: информационную, познавательную, рекреационную. Происходящие процессы требуют научного осмысления функциональных трансформаций чтения как социального феномена и прогнозирования вариантов его дальнейшего развития. Эти задачи могут быть решены в рамках социологии чтения.

Социология чтения представляет собой самостоятельный крупный раздел социологии культуры. В отечественной науке она выделилась в специальное направление в 70-е гг. XX в. В настоящее время в научной среде еще не сложилось единого понимания ее статуса. Исследователи определяют социологию чтения как самостоятельную научную дисциплину (И.А. Бутенко, В.Д. Стельмах), специальную социологическую теорию (А.Л. Маршак), подраздел библиотековедения (В.В. Скворцов).

Эти разногласия обусловлены рядом факторов:

1. Отсутствие целостной социологической теории чтения. Многочисленные исследования значительно обогатили и конкретизировали научные представления о состоянии чтения как сложной подсистемы духовной культуры, но в конкретной исследовательской практике преобладает изолированный анализ характеристик чтения, концептуально не связанный с теориями и методологическими разработками изучения различных социокультурных процессов.

2. Развитие социологии чтения в нашей стране преимущественно в рамках библиотековедения как прикладного научного направления, ориентированного на практические задачи отрасли (уточнение профиля комплектования фондов библиотек, совершенствование форм и методов работы с читателями и популяризации книги, расширение охвата населения библиотечным обслуживанием и др.).

3. Интенсивное развитие в настоящее время не только социологии чтения, но и социологии библиотечного дела, чему способствовало расширение прикладных исследований, возникновение в структуре библиотек исследовательских секторов, отделов. Общая область исследований – изучение библиотечного чтения и читателя библиотеки. Но социология чтения изучает все социальные и демографические группы, независимо от посещения ими библиотек и не всегда учитывая этот фактор, а социология библиотечного дела исследует и проблемы библиотек, не входящие в сферу чтения: библиотека как социальный институт, ее функции и деятельность в конкретных социокультурных контекстах, структура, кадры, качество обслуживания посетителей и т.д.

4. Недостаточная профессионализация исследователей. Проблемы чтения пока не находят должного внимания у социологов-профессионалов. Соответствующие социологические исследования проводятся преимущественно библиотечными специалистами и педагогами.

Неопределенность научного статуса связана и с отсутствием однозначного определения предмета научной дисциплины. Большинство ученых считают, что социология чтения изучает закономерности и движущие силы функционирования в обществе печатных источников – книг, газет, журналов, призвана объяснить возникновение социальной потребности в чтении, ее изменения и способы удовлетворения, место чтения в системе общественных явлений и его роль в формировании духовного мира человека. Таким образом, предмет социологии чтения можно условно обозначить как систему взаимоотношений внутри четырехугольника «издательство – книжная торговля (продавец) – библиотека – читатель», включенную в конкретный исторический и социокультурный контекст.

Отечественной социологией чтения накоплена обширная эмпирическая база данных. Социологические исследования чтения в нашей стране имеют давние традиции. Основные методы изучения чтения сформировались уже к началу XX в. и в модифицированной форме используются по сей день. Изучение читательской аудитории в дореволюционной России было одним из наиболее развитых направлений прикладных социологических исследований. Интерес к этой проблематике в различные исторические эпохи во многом был обусловлен тем, что чтение является мощным каналом идеологического влияния. Начинаясь как инициативная деятельность энтузиастов-просветителей, с 20-х гг. XX в. отечественные исследования чтения приобретают организованный характер, осуществляются государственными учреждениями, исследовательскими коллективами. В 70-е гг. XX в. исследовательская деятельность становится централизованной, осуществляется под эгидой Государственной библиотеки СССР им. В.И. Ленина, отличается масштабностью охвата регионов. С начала 1990-х гг. начинается процесс регионализации исследований, дифференцируется их проблематика.

В современных социологических исследованиях чтения выделяется ряд комплексных направлений: изучение общественного мнения о книгах и библиотеках как показателя отношения к представленным в них нормам и ценностям культуры; анализ сложившейся структуры книжного обращения в социальном и культурном контексте, определение специфики библиотек различного типа в этой структуре; исследование формирования различных типов читательского понимания литературы в условиях семьи, школы, других социальных институтов; анализ дифференциации читательской аудитории, процессов развития читательских навыков и запросов, читательской активности; изучение влияния чтения на различные сферы жизни (работа, учеба, досуг); исследование влияния новых информационных технологий на чтение.

Отечественная социология чтения имеет преимущественно прикладной характер, следствием чего являются отсутствие единой социологической теории чтения, различия в подходах исследователей к определению понятия «читатель», несопоставимость методик и результатов большинства исследований. Тем не менее, накопление обширного банка эмпирических данных позволяет в настоящее время перейти от преимущественно описательных исследований к аналитическим и прогностическим, выявляющим тенденции изменения чтения и читательского облика различных социальных групп.

Перспективы социологии чтения в России могут быть связаны как с утверждением ее самостоятельного научного статуса, развитием ее теоретических основ, так и с расширением прикладных исследований, социологической профессионализацией кадров библиотек, с изучением чтения в широком социокультурном контексте.

Важным индикатором уровня культурного развития общества выступает его отношение к книге, чтению, читательской деятельности. В связи с этим сложилась определенная методика изучения чтения, которая варьируется в зависимости от того, какую цель ставит перед собой исследователь.

Общие методические требования перед началом исследовательской деятельности:

1. Поскольку проблема психологии читателя находится на стыке наук (литературоведения, эстетики, социологии, психологии и т.д.), важен принцип комплексного подхода к получению информации о читателе.

2. Анализ структуры произведения и его элементов и их отношений с точки зрения воздействия на читателя (например, исследование восприятия жанра).

3. Необходимо, кроме объективных методов, использовать и самонаблюдение читателя.

4. Для получения как можно более полной картины при исследовании нужно использовать несколько методов, так как каждый из них имеет свои достоинства и недостатки, проявляющиеся в той или иной ситуации.

Основные методы исследования в психологии и социологии чтения:

1. *Наблюдение* – вспомогательный метод, так как не всегда можно пронаблюдать реакции читателя на текст, а если и можно, то они будут не всегда корректными.

2. *Анкетирование*. Плюс этого метода в том, что можно в сравнительно короткие сроки получить данные о большом числе читателей. Минусом является то, что полученные данные эмпиричны и поверхностны, так как в анкете можно задать лишь ограниченное число вопросов и получить краткие ответы, пригодные лишь для статистической обработки.

3. *Опрос, интервью, беседа*. Преимущества этих методов – живое общение с читателями, индивидуальный подход к каждому, а также возможность задать контрольные вопросы и задания для уточнения получаемых данных.

4. *Эксперимент*. Может использоваться как в психологии, так и в социологии для изучения конкретных проблем.

2.2. Понятие о читательской психологии

Методы психологии и социологии чтения

Термин «читательская психология», введенный вначале XX в. Н.Л. Рубакиным, получил научное обоснование и определение только в последнее время (в работах В.П. Таловой, Б.Г. Умнова).

Читательская психология – сравнительно целостное структурное образование в сознании социального субъекта (личности, группы, общества), регулирующее его взаимоотношения с печатной продукцией. В ней диалектически связано общее (характеризующее читающую публику в целом), особенное (отличающее читательскую аудиторию или группу) и индивидуальное (своеобразное для одного читателя). Как исторически обусловленное явление, читательская психология отражает уровень духовной жизни общества и личности. Она формируется при достаточной регулярности чтения, в процессе общения читателей с печатными изданиями и между собой, изменяется под влиянием идеологической, воспитательной работы. Укореняясь в общественном сознании, читательская психология, в свою очередь, оказывает влияние на процессы создания и распространения произведений печати.

В поведении и деятельности читателей читательская психология проявляется в выборе содержания и способов чтения, спросе на литературу, особенности восприятия, понимания и оценки текста, отзывах и мнениях о прочитанном. Только преломляясь сквозь призму

читательской психологии, информационные и пропагандистские воздействия способны менять читательское поведение.

В изучении читательской психологии существует ряд трудностей. Во-первых, ее компоненты неразрывно связаны с другими личностными и общественно-психологическими свойствами индивида. Ведь специфические читательские качества человека не проявляются в «чистом» виде. Их можно выделить лишь условно в исследовательских или учебно-методических целях.

Во-вторых, закономерности читательской психологии необходимо рассматривать одновременно и на уровне общественного сознания (психология аудитории или группы), и на уровне сравнительно устойчивых свойств личности, и на уровне ее временных психических состояний.

Сложная структура читательской психологии еще мало изучена. Одни ее компоненты связаны с жизненным, в том числе читательским, опытом личности (начитанность, читательские привычки, навыки, культура чтения), или с индивидуально-типологическими свойствами человека (специфические читательские способности, особенности чтения, обусловленные чертами характера, темперамента). Другие (центральное место среди них занимает читательская направленность) – более тесно и непосредственно связаны с общественной психологией.

Читательская направленность – система отношений субъекта (личности, аудитории, социальной группы) к чтению произведений печати, определяющая избирательность его читательской активности. Взаимосвязанными элементами этой системы выступают потребности в чтении, читательские интересы и установки, устойчивые мотивы чтения. Читательская направленность взаимодействует со слушательской и зрительской направленностью субъекта и является органической частью его ориентации на различные виды и каналы информации.

Знание читательской направленности людей, позволяя во многом предвидеть их читательское поведение, является основой эффективного руководства чтением.

Потребность в чтении – отношение социального субъекта (личности, группы, общества) к чтению как к жизненно необходимой деятельности.

Исторически потребность в чтении появилась одновременно с зарождением письменности, развивалась вместе с распространением книгопечатания, воспроизводилась в сознании новых поколений людей в процессе потребления печатной информации.

Потребность в чтении осознается или переживается личностью в форме периодических состояний неудовлетворенности, которые возникают в ситуации дефицита печатной информации. При систематическом удовлетворении человек может не осознавать своей потребности в чтении. Но, попадая в ситуацию дефицита печатной информации (отпуск, перебои в доставке газет и журналов, бедность книжного фонда ближайшей библиотеки и т.п.), он испытывает неудовлетворенность – состояние, окрашенное отрицательными эмоциями. Это и есть переживание потребности в чтении, форма ее проявления.

Осознанная потребность в чтении побуждает читателя проявлять активность, заставляет прилагать усилия и преодолевать препятствия, чтобы восполнить недостаток печатной информации. Потребность представляет собой единство объективной нужды и субъективного побуждения. Она проявляется не только в состояниях неудовлетворенности, но и в виде читательских интересов и установок, разнообразных мотивов чтения.

Дифференциация потребностей в чтении по содержанию обусловлена сочетанием социальных ролей и видов деятельности, выполняемых людьми. Она зависит от уровня

образования, общей и читательской культуры, начитанности и от многих других личностных и социально-психологических факторов.

Потребности в чтении различаются по своему значению. Наиболее значимые для общества и личности потребности возникают в процессе формирования научного мировоззрения, повышения общего, политического и профессионального образования, в научном, техническом и художественном творчестве, в эстетическом наслаждении. Достаточно значимы и потребности в чтении, отвечающие необходимости смены видов деятельности, активного отдыха, психологической разрядки.

От необходимости в чтении отличают *потребности в литературе*. Они более дифференцированы (предметны) и не всегда полностью отражают содержание личностных потребностей. Устойчивая потребность человека, скажем, в перечитывании стихов любимого поэта или в ежедневном чтении определенной газеты, естественно, создает нужду именно в этих произведениях печати. Однако нужда в литературе может быть и ситуативной, обусловленной внешней или временной необходимостью. Нужда студента в учебниках в период экзаменационно-зачетной сессии может не соответствовать его личностной потребности в чтении. В подобных случаях чтение как деятельность служит не предметом потребности, а лишь средством достижения иных целей (сдать экзамен, поддержать свой престиж, выполнить поручение и т.п.).

**Процесс понимания.
Текст и подтекст**

Разнообразны и *стимулы чтения*, т.е. внешние побудительные воздействия на выбор, восприятие и оценку литературы. Они могут выступать как система заданий и поощрений, определяемая условиями деятельности (учебной, производственной, общественной), или как советы и рекомендации, получаемые при общении с другими читателями, по каналам массовой коммуникации. Стимулами чтения служат и все библиотечно-библиографические воздействия на читателя, а также определенные качества книги (ее структура, содержание и оформление).

2.3. Психологические аспекты чтения

Понимание – это декодирование сообщения и его «уяснение», т.е. встраивание в свой опыт.

Для понимания необходимы два условия:

1. Знание соответствующего круга понятий, грамматических правил языка. Первоначально воспринимается общая мысль высказывания, а уж потом идет расшифровка слов и фраз, а не наоборот. Процесс понимания очень сложен. На самых первых этапах восприятия сообщения возникают гипотезы о его смысле, т.е. идет поиск смысла, выбор из ряда альтернатив. Восприятие начинается с отдельных слов и фраз только в том случае, когда идет работа с плохо знакомым языком. Обычно, когда восприятие идет на родном языке, понимание отдельных слов и фраз – процесс вспомогательный. Акт понимания – это расшифровка всего сообщения в целом, сознание его связности. Это всегда поиск контекста (речевого, ситуационного). Свободных от контекста элементов высказывания просто нет, т.к. контекст придает словам и фразам в высказывании конкретное значение.

2. Знание базисных семантических структур или глубинных синтаксических структур, которые лежат в основе каждого компонента высказывания и выражают эмоциональные или логические системы отношений. Полное понимание каждой составной части сообщения может быть обеспечено только с помощью перехода от поверхностных грамматических структур к лежащим в их основе базисным, глубинным. Мало понять непосредственное

значение сообщения, нужно выделить внутренний смысл, т.е. осуществить сложный переход от текста к подтексту, к выделению того, в чем центральный, внутренний смысл сообщения, чтобы стали понятны мотивы, стоящие за поступками описываемых в тексте лиц. Например, возглас Чацкого «Карету мне, карету!» означает его желание не только уехать из данного дома, но и вообще отторжение общества, находящегося в этом доме. Внутренний смысл текста может расходиться с его внешним значением. Поэтому нужно уметь абстрагироваться от внешнего смысла и переходить на внутренний уровень. Текст может быть прочтен с различной глубиной, и разные люди из-за этого воспринимают один и тот же текст по-разному. Процесс перехода от внешнего к внутреннему смыслу сообщения – важный и мало разработанный раздел психологии.

Понимание текста – понимание внутреннего смысла, подтекста, мотива, который стоит за текстом. В понимании литературного произведения этот процесс является основным. Есть несколько составляющих, которые влияют на процесс понимания:

1. Влияние смыслов.

Целое сообщение состоит из отдельных слов и фраз только формально. Недостаточно понять смысл отдельных фраз, чтобы понять смысл всего текста. Фразы не изолированы, каждая последующая несет в себе смысл предыдущей. Например: родители подарили Маше куклу. Она ей очень понравилась.

1. Выделение «смысловых ядер». Процесс влияния смыслов, объединение далеко отстоящих друг от друга элементов – специальная деятельность декодирующего сообщения человека. Особенно она сложна при работе с большими по объему текстами. Процесс понимания текста носит активный поисковый характер. Чем больше практики, тем быстрее человек находит в тексте важное и нужное. В письменном тексте этому помогает рубрикация: заголовки, абзацы, отбивки, выделения и т.д.

2. Вероятностный подход к пониманию сообщения. Сочиненные фразы понимаются легче, чем подчиненные. Трудность восприятия также зависит и от содержания текста, от того, какую вероятность имеет тот или иной элемент текста. Есть фразы, где вероятность именно этого содержания близка к единице. Например: *Наступила зима и выпал (снег)*. А есть фразы, где велика альтернатива. Например: *У меня заболел зуб, и я пошел (к врачу, в аптеку, в поликлинику); Мы были в зоопарке и видели там ... (слона, льва, жирафа, тигра, страуса); Я пошел в магазин, чтобы купить себе (ботинки, книгу, хлеб)*. *Чем меньше вероятность ассоциаций, вызываемых контекстом, тем труднее понимание.*

Даже совсем простые высказывания могут иметь обширнейший подтекст. Например: *Уже десять! (как быстро летит время; нам пора; уже поздно; мы опаздываем)*. Но в то же время, подтекст есть не всегда. Например: *Солнце ярко светило в окно*.

Всегда имеют подтекст выражения с переносным смыслом, сравнения, пословицы, басни. Чтобы правильно понять эти элементы, необходимо абстрагироваться от внешнего смысла. Таким образом, подтекст – это невысказанное напрямую, но угадываемое отношение автора к изображаемому; неявный, потаенный смысл, который может не совпадать с прямым смыслом текста, тем, что действующие лица говорят и чувствуют; недосказанное, но ощущаемое читателем как своего рода «тайнопись».

Итак, подтекст имеет место в любом художественном произведении. Поэтому поверхностного прочтения почти всегда недостаточно для понимания. Но в этом случае переход к подтексту куда сложнее, чем в басне или пословице. Читатель должен произвести хотя бы первичный анализ текста. Анализ художественного произведения включает в себя:

1. поверхностное прочтение, выделение повествования о внешнем событии;

2. выделение скрытого подтекста, выявление внутреннего смысла излагаемых событий;
3. выделение и анализ мотивов действий того или иного лица;
4. выделение мотивов, побудивших автора написать данное произведение.

Глубина прочтения зависит в большей степени от эмоциональной тонкости человека, нежели от логики и формального интеллекта.

Художественное восприятие есть результат развития личности. Восприятие художественного произведения – сложный психический процесс, который предполагает способность узнать, понять изображенное. Но это не только познавательный акт. Необходимым условием художественного восприятия является эмоциональная окрашенность воспринятого, выражение отношения к нему (Б.М. Теплов, П.М. Якобсон, А.В. Запорожец и др.). А.В. Запорожец отмечал: «...эстетическое восприятие не сводится к пассивной констатации известных сторон действительности, хотя бы очень важных и существенных. Оно требует, чтобы воспринимающий как-то вошел внутрь изображаемых обстоятельств, мысленно принял участие в действиях».

Две стороны художественного произведения

Наличная сторона	Потенциальная сторона
Актуализирована в самом произведении. Это некий смысловой инвариант. Его можно проанализировать.	Раскрывается в процессе восприятия. Это множество всевозможных прочтений данного произведения. Непознаваема до тех пор, пока не произойдет контакт произведения со множеством реципиентов.

Произведение Процесс восприятия художественного произведения художественная модель действительности. Она остается незавершенной до тех пор, пока в нее не включен потребитель.

Вовлечение читателя в текст происходит за счет существования в тексте «пустых мест»: автор может опустить важную деталь, описание героя, не сформулировать вывод из описанной сцены и т.д. Это вынуждает читателя домысливать, достраивать, дополнять. Чем больше в произведении таких пустот, тем активнее действует читатель. Но нельзя этим увлекаться, чтобы само произведение не превратилось в пустоту. Внутренний смысловой потенциал у лучших произведений мирового искусства очень широк, и поэтому они переживают века. У более слабых текстов он относительно мал и может быть исчерпан в короткий срок.

Процесс восприятия художественного произведения

Художественное произведение по своей сути есть синтез внушения (эмоции) и убеждения (разум). Воздействие и оценки произведения искусства зависят от мировоззренческой направленности, ценностной ориентации личности. Если художественное произведение противоречит коренным ценностям личности, оно не найдет отклика, даже если будет высокого качества. Также большую роль в понимании и принятии творчества автора играет сходный социальный, жизненный опыт читателя и автора, отраженный в данном произведении. На восприятие произведения может влиять также и личность автора: возраст, пол, национальность, известность, репутация, «модность» автора. Не следует выпускать из поля зрения и специальные эффекты влияния: рекламу, лоббирование.

1. *Мотивационная стадия* – мотивы и общая установка задают систему критериев выбора произведения. На выбор также оказывают влияние факторы личности и факторы фона. На критерии оценки в большей степени влияют нормы и ценности данной социальной группы (особенно это характерно для людей с невысоким уровнем интеллектуального развития). Результат первой стадии – готовность реципиента к контакту с произведением.

2. *Предкоммуникативная стадия* – общение с «рекламной оболочкой» произведения. На выбор книги влияют готовность и рекламная оболочка. Формируется самонастройка, частная установка на определенное произведение (ожидание и готовность к определенной деятельности).

3. *Коммуникативная стадия* – общение с книгой, чтение. Важны установки, от них зависят восприятие и оценка книги.

Если ожидания не оправдываются, даже хорошее произведение может не понравиться читателю.

4. *Оценка произведения.*

Рассмотрим активные стадии воспроизведения произведения:

Непосредственное восприятие произведения, т.е. воссоздание и переживание его образов. Мыслительные процессы здесь имеют место, но они должны подчиняться воссозданию образов и не подавлять эмоциональности. Слова имеют понятийное значение и образное содержание. Писатель подбирает слова так, чтобы у читателя реализовалось образное содержание слов. Если читатель будет опираться только на понятийное значение слов, произведение не будет для него художественным. Восприятие идет через представление читателя, через отражение текста в его мозгу. Образы текста создаются на основе индивидуального опыта читателя, т.е. читательское представление текста всегда субъективно. Это можно проследить на иллюстрациях разных художников, изображающих одного и того же героя. Мера индивидуальности в читательских представлениях зависит также и от особенностей самого произведения, от замысла автора. Одни авторы более жестко определяют содержание, давая подробные описания, другие – менее жестко, давая читателю возможность для фантазии. По ассоциации с первичными представлениями возникают побочные, вторичные представления или воспоминания, которые содействуют более личностному переживанию текста.

Стадии восприятия художественного произведения

Восприятие происходит также и через эмоционально-волевые переживания читателей. Переживания могут быть трех видов:

Внутренние волевые действия и переживания за героев произведения. Обычно читатель принимает точку зрения героя, его проблемы и заботы и с этих позиций смотрит на события и людей, изображаемых в произведении, и им самим воссоздаваемых через представление. В результате такого сопереживания читатель постигает внутренний мир героя, т.е. эмоционально-волевые процессы служат здесь средством познания.

Личные читательские эмоционально-волевые реакции: читатель воспринимает произведение со своей точки зрения, с позиции своих вкусов, взглядов, мировоззрения. Одним персонажам читатель сочувствует, других он ненавидит и т.д.

Реакции, которые вызываются восприятием личности автора через произведение: он нравится или не нравится, читателя устраивают или не устраивают его нравственные, идейные позиции и т.д.

Все эти три вида переживаний сосуществуют и взаимосвязаны. Но эстетическое переживание и воспитательное воздействие произведения на читателя возможно лишь тогда, когда читатель не поглощен целиком переживаниями героев, а сохраняет и свою точку зрения.

Восприятие художественного произведения начинается с *вхождения* в текст. Оно зависит от произведения (как дана экспозиция) и от читателя (заинтересованность, темперамент, терпение и т.д.). Вхождение выражается в том, что читатель перестает воспринимать рассудком, подключаются эмоции, читатель начинает комментировать текст, пытается предугадать, что будет дальше. При вхождении в текст читатель пытается найти ориентиры:

Ориентировка в жанре и общей характеристике произведения	Задаёт настрой на определенное отношение к произведению и способ восприятия. Если это басня, то читатель настраивается на аллегории и иносказания, если пародия – на абсурдность, алогичность, неожиданность, если это реалистическое произведение – на правдивость, на попытки примерить содержание к реальной жизни.
Ориентировка в объеме произведения	Создается настрой на определенную длительность работы.
Ориентировка во времени и месте действия произведения	Включается в работу область прошлого опыта читателя, необходимого для воссоздания образов произведения. Это могут быть знания о данном авторе, об описываемой эпохе, о главном герое произведения и событиях, произошедших с ним в предыдущем романе.
Ориентировка в основных действующих лицах произведения	Необходимое условие для читателя – выделить главного героя. Если это сделано неправильно, то читатель может неправильно настроиться на восприятие произведения, что повлечет за собой либо отказ от чтения, либо отрицательные эмоции, связанные с перенастройкой.
Ориентировка в эмоциональном отношении автора к основным действующим лицам произведения	Чтобы читатель принял точку зрения героя, нужно сочувствие автора герою: эмоционально положительное описание, контраст с отрицательно описанным героем и т.д.
Ориентировка в действии произведения	Обязательное условие вхождения в текст – определение начала действия, завязки. Если читатель не выявит правильно завязку, он может неправильно предугадать сюжет. А сопоставление и подгонка своего сюжета под авторский вызывает отрицательные эмоции.
Ориентировка в образном ядре произведения	В начале произведения дается какая-либо образная характеристика героя, которая потом на протяжении произведения развивается и конкретизируется, создавая нить повествования.

Приведем образец анализа элементов вхождения в текст на примере отрывка из историко-авантюрного романа А. Дюма «Королева Марго».

«18 августа 1572 года был понедельник, но в Лувре справляли большое празднество.

Ярко светились обычно темные окна старинного королевского жилища, а соседние улицы и площади, как правило, пустевшие, едва лишь колокол на церкви Сен-Жермен-Л'Озера бил девять часов вечера, кишели теперь народом даже в полночь.

Густая, грозная, шумливая толпа напоминала темное зыблющееся море, откуда несся рокот набегавшего прибоя; людские волны, прорываясь сквозь улицу Фосе-Сен-Жермен и улицу Астриус, заливали набережную, приливали к стенам Лувра отливали к цоколю Бурбонского дворца, стоявшего напротив.

Несмотря на королевский праздник, а может быть, и по его причине, что-то грозное чувствовалось в толпе народа, который присутствовал на нем как посторонний зритель, но твердо верил, что этот праздник – лишь пролог к другому, отложенному на неделю торжеству, где сам народ будет желанным гостем и разгуляется вовсю.

Королевский двор праздновал свадьбу Маргариты Валуа, дочери покойного короля Генриха II и сестры царствующего короля Карла IX, с Генрихом Бурбоном, королем Наваррским. Кардинал Бурбонский, совершив брачный обряд, установленный для наследниц царствующего дома, обвенчал брачующихся на помосте, воздвигнутом перед воротами собора парижской богородицы.

Этот брак изумил всех, а людей, способных видеть глубже, заставил сильно призадуматься; сближение двух таких ненавистных друг другу партий, какими были в это время протестантская и католическая партии, казалось невозможным. Спрашивалось, как может молодой принц Конде простить брату короля, герцогу Анжуйскому, смерть своего отца, убитого в Жарнаке капитаном Монтестью, или как молодой герцог Гиз простит адмиралу Колиньи смерть своего отца, убитого в Орлеане дворянином-гугенотом Польтро де Мере. Больше того: королева Жанна Наваррская, мужественная супруга безвольного Антуана Наваррского, сосватавшая своего сына за Маргариту Валуа, умерла каких-нибудь два месяца тому назад, и о причине ее внезапной смерти ходили подозрительные слухи. Повсюду говорили шепотом, а кое-где и громко о том, что королеве Жанне стала известна какая-то страшная тайна и что Екатерина Медичи, боясь разоблачений, отравила королеву Жанну ядовитыми перчатками, которые ей изготовил некий флорентинец по имени Рене, большой мастер на дела такого рода. Распространению и утверждению всех этих слухов способствовало то обстоятельство, что после смерти королевы двум медикам, в том числе и знаменитому Амбруазу Паре, было поручено, по просьбе ее сына, вскрыть и обследовать тело королевы, но не касаться мозга. А так как Жанна была отравлена посредством запаха, то лишь в мозгу умершей могли быть обнаружены следы содеянного преступления. Именно преступления, поскольку никто не сомневался, что здесь имело место злодеяние».

Ориентировка в жанре и общей характеристике произведения	Жанр романа, а тем более исторического, предполагает: - большое количество персонажей, многие из которых реально существовали; - несколько сюжетных линий, связанных с теми или иными группами персонажей; сюжетные линии переплетаются, сливаются и разделяются, образуя разветвленную и довольно сложную сюжетную структуру.
Ориентировка в объеме произведения	Жанр романа предполагает довольно большой объем, так как события, описываемые в произведении, сами по себе

Модуль 2. Основы читателеведения. Читатель как субъект психолого-педагогического взаимодействия в библиотечной среде

	довольно масштабны.
Ориентировка во времени и месте действия произведения	Время действия четко указано в начале – 1572 год, его также можно определить по именам исторических персонажей (Маргарита Валуа, король Генрих II, король Карл IX, Генрих Наваррский и т.д.). Место действия легко определяется по упоминанию названия резиденции французских королей – Лувра, из чего можно сделать вывод, что действие романа происходит во Франции в Париже. Косвенно на тематику и время и место действия романа указывает и его авторство: Александр Дюма известен тем, что писал исторические романы, действие в которых происходит не в современности.
Ориентировка в основных действующих лицах произведения	В начале произведения представлены почти все ключевые, «фоновые» фигуры повествования, распределенные по двум враждующим партиям (католики и гугеноты).
Ориентировка в эмоциональном отношении автора к основным действующим лицам произведения	Отношение автора к героям и событиям не просматривается (автор не употребляет экспрессивно окрашенную лексику), так как начало произведения представляет собой экспозицию, вводящую читателя в суть происходящего, дается фактическая информация, а не мнения.
Ориентировка в действии произведения	Конкретных действий персонажей нет. Описываются их былые деяния, «фоновое» событие – свадьба, его общая оценка и конкретные причины таковой (события, опять же имевшие место раньше, т.е. не могущие быть завязкой). Представлена типичная экспозиция, вводящая читателя в курс дела, дающая общую расстановку сил и акцентирующая противоречие. Наличие этого противоречия (брак между представителями враждующих партий и его оценка окружающими) дает читателю основание предполагать довольно бурное развитие сюжета, но самой завязки, т.е. конкретных действий конкретных героев, в начале текста нет.
Ориентировка в образном ядре произведения	В самом начале произведения четко представлена основная «база», мотив, определяющий действия всех героев – религиозная вражда между католиками и гугенотами. Читателю это дает право предположить, что все герои будут действовать исходя из этих реалий, хотя наверняка будут трактовать их по-своему.

Понимание идейного содержания произведения. Идея – основная мысль произведения. Она может корректироваться в зависимости от исторической эпохи. Читатель может правильно ее выявить, но она может оказаться для него неактуальной.

Оценка произведения после прочтения. Три вида отношения к книге:

1) полное равнодушие, когда читатель не нашел для себя ничего интересного и значимого;

2) переживание значения, прочитанного для познания действительности: читатель

Группы факторов, характеризующих восприятие произведения искусства

узнает много нового, интересного, расширяет кругозор, получает удовольствие;

3) открытие в прочитанном личностного смысла, эмоциональные переживания.

• *Факторы, характеризующие личность реципиента.*

1. Потребность личности в чтении (познавательная, гедонистическая, коммуникативная и т.д.);

2. Уровень художественной компетентности (общий уровень эстетического развития, опыт общения с искусством, владение специфическими «языками» разных видов искусства);

3. Ценностно-смысловая организация личности (мировоззрение, установки и пр.).

Факторы, характеризующие произведение искусства (разные произведения одним реципиентом воспринимаются по-разному):

- Смысловое содержание (форма присутствия в структуре произведения авторского отношения);

- Форма должна оптимально настраивать читателя на восприятие содержания;

- «Рекламная оболочка» произведения – вся информация о произведении, которой может располагать реципиент до контакта с произведением и на основании которой он может составить о нем мнение (автор и название, жанр, реклама как таковая, упаковка, внешний вид книги и пр.).

Фон, на котором взаимодействуют реципиент и произведение искусства.

- Культурно-исторический фактор: система социальных норм и ценностей, художественные каноны, стереотипы. Наиболее влиятелен непосредственный фон – субкультура;

- Групповые нормы и ценности – ценности референтных (значимых для читателя) групп (престижность, мода);

- Уникальная жизненная ситуация (настроение, самочувствие, наличие времени и т.д.).

Эффективность психологического влияния искусства определяется эмоциональным воздействием художественных образов. В процессе восприятия содержание и смысл произведения воссоздаются читателем по ориентирам, данным автором, но конечный результат зависит от духовной деятельности самого воспринимающего. Любая форма контакта с искусством является своеобразной деятельностью. И именно от ее характера и зависит ее эффект – наличие, направленность, качество и глубина воздействия произведения на личность. Смысловое содержание произведения вступает в контакт со смыслопорождающими структурами личности и в конечном итоге вызывает в них те изменения, которые затем воспринимаются как социальный эффект искусства. Идеологические аспекты органично вплетаются в ткань живых, зримых образов и поэтому воздействуют на сознание человека незаметно, но глубоко. То, что пережито, становится частью внутреннего мира личности. Конкретно-чувственный образ запоминается гораздо лучше, чем рациональный. Эмоциональная память прочнее, чем рациональная.

Специфику воздействия искусства нельзя упрощать. Один человек после контакта с художественным произведением может сразу подвергнуться его влиянию, другой будет долго думать, размышлять. У третьего останется лишь едва заметный след. А четвертый вообще останется равнодушным. Практического действия искусство никогда не порождает, оно лишь создает психологическую установку на него.

2.4. Социально-демографические и социально-психологические характеристики читателей

Аудитория любого вида искусства (в том числе, – и литературы) называется публикой. «Публика – это формально не организованная группа, члены которой имеют общие интересы, осознаваемые ими в качестве таковых при непрямом общении и контакте» [Введение в социологию искусства / Е.В. Дуков, В.С. Жидков, Ю.В. Осокин, К.Б. Соколов, Н.А. Хренов. – СПб., 2001. – С. 138]. Для отдельного субъекта публика – источник авторитетных норм и оценок, стереотипов восприятия.

Дифференциация публики

Внехудожественные параметры	Художественные параметры
Социальные	Предпочтение определенных видов, жанров, направлений, отдельных произведений искусства
Этнические	Господствующие художественные установки, идеалы, нормы
Демографические	Господствующие типы восприятия
Образовательные	Господствующие сознательные мотивировки и потребности (выполняет практические функции)

	Устоявшийся образ жизни, стабильная система ценностей и сформировавшееся мировоззрение. Консерватизм. На досуг отводится много времени.	Повышенный консерватизм. Чтение привычной литературы, перечитывание книг. Прагматическая направленность чтения (садоводство, здоровье, домоводство).
--	---	--

Публика может быть *актуальной* (фактически участвующей в общении с тем или иным видом искусства) и *потенциальной* (совокупность людей, которую при определенных условиях можно вовлечь в аудиторию). Актуальная публика, в свою очередь, может быть *ситуативной* (публикой конкретного произведения) и *постоянной* (публикой вида или жанра).

Основные демографические параметры:

- пол;
- возраст;

**Психологическая
эффективность
искусства**

- национальная принадлежность;
- вероисповедание.

Указанные позиции включаются в любую анкету, эти данные необходимы для любого социологического исследования, так как

именно пол, возраст, национальность, а иногда и вероисповедание во многом определяют отношение человека к данной проблеме.

Пол и возраст – это те параметры, которые определяют совокупность прав и обязанностей, приписываемых обществом тому или иному человеку. У каждого возраста свои психологические особенности. Следовательно, у каждой возрастной группы свои виды восприятия и свои литературные предпочтения.

На возможности проведения досуга влияют следующие факторы:

1. Выбирать можно только из того, что доступно;
2. Выбирать приходится то, что доступно с материальной точки зрения;
3. Досуг проводить можно только так, как принято в данном обществе.

Типы читателей:

С начала исследования читательских предпочтений существует множество характеристик читателей. Например, В.Г. Белинский выделял «староверов», «верхоглядов», «людей движения». М.Е. Салтыков-Щедрин определял следующие типы: «читатель-друг», «читатель-простец», «читатель-ненавистник». Современные исследователи, в том числе такой крупнейший специалист, как Р. Бамбергер, выделяют *романтический*, *реалистический*, *интеллектуальный* и *эстетический* типы читателей. Есть читатели, которые задают только один вопрос: «про что?». Автора они, как правило, не знают, названия не помнят, если события не узнаются по своему жизненному опыту, они не интересны. Другие ориентированы исключительно на остроту и драматичность коллизий, находчивость или безупречность героев. Третьи пытаются с помощью книги узнать закономерности жизни и своей личной судьбы – они весьма чувствительны к литературным достоинствам книги и готовы не только прочитать все, что написал, к примеру, Бунин, Хемингуэй или Маркес, но и то, что написано о них. Эти мотивы непосредственны и психологически переживаемы.

Итак, *первая классификация* типов читателей (по А. Чирве):

- 1) Читатель разносторонних интересов, у которого имеется четко выраженный преобладающий интерес к книгам определенной отрасли знания.
- 2) Читатель с разносторонними читательскими интересами, но без ярко выраженного стержневого интереса.
- 3) Читатель с узким кругом читательских интересов, но имеющий четкий стержневой профориентационный интерес.
- 4) Читатель, у которого нет четко выраженного преобладающего интереса к какой-либо области знания.

Вторая классификация типов читателей (условная):

- 1) «Читатель-невежа». Человек читает книги только потому, что кто-то ему сказал, что эту книгу обязательно надо прочесть, это модно. Он не особо вникает в содержание, часто многого в книге не понимает, и после прочтения в его голове от книги почти ничего не остается. Круг чтения – любая разрекламированная и модная литература.
- 2) «Человек действия». Этот читатель ищет в книге, в первую очередь, захватывающего содержания, чтобы присутствовала интрига, действие развивалось динамично, не давая заскучать ни на минуту – долгие длинные описания и излишнюю прорисовку характеров, не важны язык и стилистика, а интересны стремительные повороты сюжета. Круг чтения – детективы, приключения, триллеры.
- 3) «Чувствительная барышня». Такой читатель (а точнее, обычно, читательница) жаждет в первую очередь психологизма, описания эмоций, сложных оттенков характеров и переживаний героев. Герои книг ей представляются практически реальными и близкими

людьми, вместе с которыми так славно любить и страдать. Круг чтения – «женская проза», литература о любви.

4) «Идейный мыслитель». Довольно прагматичный тип, ищущий в книге не тонкие характеры и не захватывающий сюжет, а полезную информацию и почву для размышлений. Подавляющее большинство «идейных мыслителей» – мужчины. Круг чтения – литература о путешествиях, научная фантастика, «идейно-серьезная» литература, историческая проза, биографии выдающихся людей, политические памфлеты.

5) «Формалист». Эстет чистой воды. Обращает внимание исключительно на язык и стиль. Наслаждается словесной игрой, мельчайшими оттенками значений, метафорами, композицией, стилизацией и аллюзиями. Форма для него намного важнее содержания. Физически не может читать текст, написанный бедно или неряшливо. Круг чтения – любая литература, написанная хорошим языком, но предпочтение отдается классике.

6) «Идеальный читатель». Согласно этой теории, всего лишь пять процентов от общего числа читателей не относятся преимущественно к вышеназванным типам, а воспринимают все стороны книги (сюжет, характеры, идеи, стиль) равным образом и гармонично, и в состоянии адекватно оценить каждую составляющую, не отдавая предпочтения ни одной. Круг чтения – любые жанры.

Третья классификация типов читателей (по И.Е. Рыскину):

1) Читатели, которых в произведении больше всего интересует сюжетно-фабульная сторона. Они ищут в книге изображения сильных чувств, предпочитают книги, которые вызывают ответные эмоции. У читателей явно преобладает установка на развлекательный тип чтения, они неразборчивы в выборе литературы, не имеют способности к анализу произведения, к самостоятельным оценкам и суждениям.

2) Читатели, для которых характерна познавательная направленность эстетического восприятия и способность обдумывать, анализировать прочитанное произведение.

3) Отличаются от предыдущих высокой эстетической культурой, пониманием художественных достоинств произведения, умением анализировать прочитанное.

С.И. Трубников выделяет следующую классификацию типов читателей художественной литературы:

Первый тип – читатели с неопределившимся вкусом. Их характеризует случайность и хаотичность выбора книг, неопределенность литературно-художественных интересов. Типичный запрос таких читателей: «Дайте что-нибудь интересное».

Второй тип – читатели с односторонней направленностью интересов и неразвитостью других сторон вкуса. У этих читателей ярко выражена односторонность выбора литературно-художественных произведений (только про шпионов, только про любовь, только про войну).

Третий тип – читатели с односторонней направленностью интересов и относительной развитостью других сторон вкуса. Читателей этого типа также характеризует односторонность (тематическая, жанровая и т.д.) выбора литературно-художественных произведений для чтения, но при этом они обладают относительно развитой способностью оценивать произведения, извлекать уроки из ошибок выбора. Если для читателей первых двух типов характерно пассивно-потребительское отношение к художественной литературе, то в третьей группе довольно часто наблюдаются читатели с активно-деятельным отношением (стремление к общению на материале прочитанных произведений, участие в литературных конференциях, диспутах).

Четвертый тип – читатели с разносторонними интересами и относительно неразвитыми другими сторонами литературно-художественного вкуса («эkleктичный вкус»). Для этого типа характерна большая активность в выборе литературно-художественных

произведений. В отличие от читателей первого типа, которых также может характеризовать частое и разностороннее общение с произведениями художественной литературы, читатели четвертой группы интересуются определенными авторами, темами, жанрами.

Пятый тип – читатели с негармонически развитыми сторонами литературно-художественного вкуса («негармонически развитый вкус»). Эти читатели отличаются активностью выбора произведений, широтой и разносторонностью интересов к литературе. Для их чтения в целом характерна хаотичность, неустойчивость интересов, но даже в их интересах можно наблюдать отсутствие должного единства и согласованности.

Шестой тип – читатели с относительно гармоничным развитием всех существующих сторон литературно-художественного вкуса. Эту группу характеризуют широта, разносторонность и целенаправленность выбора.

2.5. Социальная структура общества и читательские предпочтения

В современном российском обществе исследователи выделяют следующие слои: верхний, средний, базовый, нижний, социальное дно. Выделение происходит по следующим параметрам:

- уровень профессионально-образовательной подготовки;
- уровень доходов от трудовой деятельности;
- уровень имущественной обеспеченности;
- уровень сбережений;
- показатели структуры потребительских расходов;
- уровень локальной экологической безопасности (условия труда и проживания).

Социальные слои	Характеристика	Читательские интересы
Высший	Правящий слой, к нему относятся государственная элита (силовые, экономические структуры), крупные собственники. Высшее образование; очень высокий материальный достаток.	Деловая, профессиональная литература, пресса. С материальной точки зрения могут позволить себе практически любую литературу, но за неимением свободного времени читают сравнительно мало.
Средний	Мелкие предприниматели, менеджеры средних и небольших предприятий, среднее звено бюрократии, наиболее квалифицированные специалисты и рабочие. Высшее образование; высокий материальный достаток.	В основном читают качественную массовую литературу и прессу. Мало времени на досуг.

Модуль 2. Основы читателеведения. Читатель как субъект психолого-педагогического взаимодействия в библиотечной среде

Базовый	Основная часть интеллигенции (специалисты), работники массовых профессий (торговля, сервис, образование). Образование высшее и среднее. Материальные ресурсы ограничены.	Читают в основном прессу, массовую и профессиональную литературу
Низший	Пожилые, малообразованные, не слишком здоровые люди; люди, не имеющие постоянной работы, места жительства, беженцы, вынужденные мигранты. Низкий уровень доходов, низкий уровень образования.	Читают мало, самую простую литературу
Социальное дно	Криминальные и полукриминальные элементы (воры, бандиты, торговцы наркотиками, жулики, содержатели притонов и т.д.), люди без определенного места жительства. Образование начальное, реже среднее.	В силу образа жизни и низкого культурного уровня читают в основном «желтую» прессу или не читают вообще.

Исследовать чтение и читателя в настоящее время стало труднее. Возможности читательского выбора увеличились, а время, отведенное на прочтение, напротив, сократилось. Можно увидеть по-разному. Региональные и социальные различия чтения увеличились: есть определенное совпадение тенденций, но нет совпадения конкретных имен и конкретных книг. Остаются неясными факторы, влияющие на чтение, являющиеся «образующими» для читательских групп.

В связи с этим спектр исследования охватывает часто лишь определенную группу; проанализировать соотношение групп друг с другом и объяснить причины представленности данной группы именно в данном месте бывает достаточно сложно. А большие всероссийские исследования, которые могли бы в этом помочь, не проводятся.

Существует, конечно, массовое чтение, в него так или иначе включено большинство. И именно в качестве «массового» читателя потенциальный респондент, скорее всего, может попасть в поле зрения исследователей.

Основной читающий контингент – учащаяся молодежь (от 14 до 22 лет). Это очень активная (может быть, самая активная сегодня) читательская группа. Они – безусловные сторонники «инструментального» взгляда на чтение: более 70% отмечают в анкетах позицию «это необходимая часть учебы, работы», до 40% – «это способ получения нужной информации». Но их ответы демонстрируют и сохраняющийся высокий престиж чтения как символа высокой культуры, и восприятие его как личностной ценности: 60% говорят, что любят читать, каждый второй выбирает позицию «чтение – способ развития личности».

А анализ того, что мы называем «читательским поведением», свидетельствует: нынешняя генерация в целом оказалась гораздо практичнее предыдущих читательских поколений. В реальных, конкретных ситуациях книга воспринимается в качестве отнюдь не «учебника жизни», а просто учебника, или научного труда, или детектива, или сборника стихотворений. При этом роль художественной литературы уменьшается. А в чтении ряда групп, насколько можно предположить, и вовсе превалирует нехудожественная литература.

В исследованиях прошлых десятилетий так или иначе рассматривалось и сопоставлялось «реальное» и «желаемое» чтение – по тематике, по авторам, по соотношению отечественной и зарубежной литературы. Они были, конечно, во многом различны. Накопившиеся за десятилетия материалы свидетельствуют: то, что сквозь идеологические барьеры не могло проникнуть в реальное чтение, накапливалось в желаемом. Туда попадали, конечно, лишь те жанры, темы и авторы, о существовании которых респондентам было известно, – например, «мистика» и «ужастики» появились в анкетах лишь в середине 90-х. В списках желанных, но недоступных изданий неизменно фигурировала остросюжетная литература (чаще зарубежная) и «толстый» роман (чаще всего так называемые романы-эпопеи отечественных авторов).

Сегодня границы между реальным и желаемым определяются совсем другими, не идеологическими причинами. Массовый читатель получил от издателя все, что ему хотелось, массовое чтение приобрело естественный характер. Исчез или стал гораздо менее значимым нормативный диктат: более половины респондентов последних исследований спокойно отмечают, что предпочитают остросюжетную литературу, описание необычных вещей и событий, хотя с тем, что их чтение – развлекательное, соглашаются далеко не все.

Безусловно, именно за счет легкого (релаксационного, компенсаторного) чтения сохраняется преобладание беллетристики в общей структуре читаемого. Детектив, боевик, триллер, приключения, фантастика и фэнтези, любовный роман, мистика, эротика – на первых местах и в анкетах, и в рейтингах продаж. Такого рода литературу логично рассматривать «как форму выражения коллективных желаний и фантазий читательского большинства».

Можно выделить, например, два направления интересов массового читателя к беллетристике, две группы предпочитаемых тем. Интерес к «бытовой» тематике реализуется в спросе на «жизненные книги», на «женские романы», книги «о сверстниках», «о земляках» и т.п. Интерес к тематике «внебытовой» – в спросе на детектив, фантастику, в каком-то аспекте – на историческую беллетристику. Превалирование тех или других тем, степень их дифференциации или взаимопроникновения в каждый исторический момент определяется воздействием различных социокультурных факторов.

Зарубежная остросюжетная беллетристика из недостижимой мечты превратилась в мечту осуществленную, была освоена и уступила первенство беллетристике отечественной, разрабатывающей любимые читателями темы на близком (психологически и идеологически) материале.

«Толстый» любовно-бытовой роман ушел, вероятно, в частности и потому, что ушла вообще толстая книга. В прошлые времена она ценилась многими (и юными, и пожилыми) читателями именно как толстая – позволяющая долго следить за жизнью героев; теперь эту функцию взяли на себя, наверное, телесериалы.

Остался толстый и не очень толстый исторический роман. В этом пространстве, достаточно активно организуемом, в частности, серийными изданиями, сосуществуют и

Беллетристика и ее читатели

старое дореволюционное (Лажечников, Данилевский), и старое советское (Задорнов, Шишков, Ян, Пикуль), и новое.

Есть основания предположить, что к новой исторической беллетристике «классического» типа обратились многие из тех, кто активно читал (или читал бы) советские романы-эпопеи. Ведь, собственно, в обоих случаях автор пишет, а читатель читает (хочет читать) о том, как вместе с «бытовым» временем протекает время историческое. Только сегодня массовый интерес сместился с советской истории на российскую (которая, впрочем, из поля этого интереса никогда не уходила). Данный вид беллетристики является не просто «легким» чтением – он может быть и «познавательным» и даже «идеологическим».

Но исторической беллетристикой и вообще исторической литературой интересуются лишь представители старших поколений. Зато «новая» – остросюжетная, сенсационная: исторический детектив, исторический триллер, приключения героев на фоне исторических событий – входит в массовое чтение всех возрастных групп.

Есть произведения, к которым вот уже в течение многих десятилетий обращается достаточно широкий круг читателей (в частности, молодых): «Вий», «Князь Серебряный» и «страшные» рассказы А.К. Толстого, купринские «Гранатовый браслет», «Олеся», «Яма», из зарубежной литературы – «Джейн Эйр», «Блеск и нищета куртизанок», рассказы Мопассана, некоторые романы Лондона. Это определяется их тематикой, совпадающей с тематикой массового чтения. Однако в последнее время они упоминаются реже: их заменяет массовая или просто современная литература, описывающая аналогичные коллизии, рассматривающая аналогичные проблемы. С другой стороны, в круг чтения сегодня вошли новые представители «высокой» литературы – Толкиен, Зюскинд и К.С. Льюис.

В числе основных интересов современных читателей – история, в частности, отечественная; наша сегодняшняя жизнь, где раскрываются «большие» проблемы страны, всего мира, и «местные» события и просто интересные факты; философия; религия; искусство (особенно – современная музыка); наука (в последнее время особое внимание сосредоточено, пожалуй, на экологии и психологии); спорт, природа и культура дальних и ближних стран. Велик интерес к мемуарам; для некоторых (преимущественно пожилых) они становятся преобладающим чтением. Вроде бы совсем разные вещи: газетное сообщение о встрече министров иностранных дел – и книга о Г. Распутине, книга о движении планет – и журнальная статья о финансовых пирамидах. Но мотив «читаю, потому что хочу знать» – общий.

«Познавательным» или «информационным» может быть и чтение художественной литературы. Такого рода мотивы играют значительную роль в обращении, например, к исторической беллетристике, политическому роману. Читатель в этом случае открывает книгу с желанием и готовностью получить оттуда информацию (знание) о незнакомой или малознакомой ему сфере жизни.

Наличие интереса к той или иной тематике, «основательность» этого интереса, его глубина обусловлены демографическими и социокультурными характеристиками человека. Но следует отличать традиционное серьезное чтение («хочу все знать») от легкомысленного («любопытству нет предела»), которое выполняет коммуникационную функцию.

Рядом с чтением «чтобы знать» («познавательным» и «информационным») существует и становится все более значимым чтение «чтобы уметь» («инструментальное чтение»).

Соответствующая потребность существовала всегда, но в течение многих десятилетий она фактически не удовлетворялась. Дефицитом были книги по кулинарии, шитью и вязанию, книги для радиолюбителей и авиамоделистов, для тех, кто разводил кактусы или

воспитывал щенка. И как только издательское дело «освободилось» и получило возможность ориентироваться на спрос, рынок начал заполняться такими изданиями.

Поле «инструментального» чтения широко и разнообразно, оно охватывает фактически все сферы и аспекты жизнедеятельности человека:

- **Здоровье.** О болезнях и способах их лечения, о лекарствах, о различных способах и школах «здорового образа жизни» – активно читают и пожилые, и молодые, особенно женщины.

- **Питание и кулинария.** В основном это женское чтение, хотя самый известный здесь автор, В. Похлебкин, призывал к соответствующей деятельности представителей сильного пола.

- **Внешний облик и одежда.** Тоже, в основном, женское чтение. Есть ощущение (хотя и не подтвержденное исследовательскими данными), что «инструментальный» интерес к этой тематике снизился; «самшит» и «самовяз» потеряли былую популярность, поскольку все можно купить.

- **Квартира, дом, дача – строительство, ремонт, обустройство, интерьер** (не что и где купить, а именно из чего и как сделать). Эта тематика, напротив, не теряет, а возможно и набирает популярность.

- **Домашние растения и животные, сад и огород.** В основном, читают женщины среднего возраста.

- **Дети.** Многие родители (в основном, конечно, мамы) обращаются за помощью к книгам с самого рождения ребенка. Их запросы конкретны и связаны не только с «вечными» проблемами обихаживания и воспитания (например, как поощрять и наказывать), но и с теми, которые актуализировались в последние годы (например, как научить детей не попадать в опасные ситуации – не открывать двери, не ходить куда с чужими людьми).

- **Общение** – традиционно популярная тематика «инструментального» чтения, вобравшая и вбирающая в себя новые жизненные реалии, изменяющиеся нормы и ценности. Как «поставить» и вести себя с окружающими людьми вообще, с членами семьи и компании, с лицами противоположного пола, с теми, от кого ты зависишь, и с теми, кто зависит от тебя, – чтобы достичь поставленных целей, добиться успеха. В более широком и «гуманистическом» плане – каким быть и как понять себя, чтобы правильно и эффективно построить свою жизнь среди близких людей и в обществе. К такого рода литературе обращаются представители всех возрастных групп, мужчины и женщины. Хотя бум Д. Карнеги уже миновал, внимание массового читателя продолжают привлекать, конечно, именно книги этого типа, дающие простые советы. Читаются, однако, и более сложные авторы – Э. Берн, В. Леви, И. Кон.

- **Иностранные языки.** Востребованы, в частности, практические пособия, словари, разговорники.

- **Компьютер и компьютерные технологии, Интернет.** Все расширяющийся спрос на литературу и периодику этой тематики стоит несколько особняком. Для многих (особенно молодых) читателей их штудирование – одновременно и необходимое, и лично важное занятие; извлеченные из них знания и навыки не только определяют жизненный успех, но являются некоторым символом приобщения к современной жизни и культуре.

- **Право, законодательство – предпринимательство, налоги, социальные выплаты, жилищные вопросы, призыв в армию и другие проблемы.** Здесь в течение последнего десятилетия происходил процесс изменения значимости «форм» чтения, который в определенном смысле можно считать модельным.

Рост значимости инструментального чтения определил бурное развитие, пожалуй, наиболее адекватного этому чтению вида изданий. Сегодня справочники, энциклопедии, словари – самые популярные и самые дорогие книги. Их диапазон расширяется, жанры и адресаты дифференцируются.

Познавательное чтение, безусловно, вытесняется инструментальным. Это один из важнейших аспектов общей прагматизации чтения, он определен необходимостью и желанием зарабатывать деньги, статус – и новыми открывающимися для этого возможностями. Любительские занятия переходят в профессиональные, прагматичный характер приобретает и самообразование.

И если массовое познавательное чтение делается все более поверхностным, приближаясь, с одной стороны, к чисто информационному, с другой – к развлекательному, компенсаторному, то чтение инструментальное, наоборот, становится более серьезным, поскольку деятельность, ради которой читают, требует углубления в предмет, требует частностей и подробностей.

Чтение – необходимая часть занятий фактически в любом учебном заведении. Учащиеся – огромная читательская группа. Для них, как свидетельствуют результаты всех исследований, задание является важнейшим и даже определяющим мотивом обращения к книге. И основное место занимает литература по гуманитарным дисциплинам (истории, экономике, праву, литературоведению, психологии, философии, политологии, социологии) – поскольку получение гуманитарных знаний связано с чтением в большей степени, чем получение знаний естественнонаучных или технических. Этому же способствует так называемая гуманитаризация, – включение соответствующих дисциплин в программы всех (не только гуманитарных) средних специальных и высших учебных заведений. Вторая большая составляющая учебного чтения – классическая (включенная в программы учебных заведений) художественная литература.

Книгу (или, по крайней мере, ее тему) выбирает не сам читатель; он может хотеть или не хотеть читать, но все равно должен. Но станет ли при таком подходе прочитанное интериоризованным (от лат. *interior* – внутренний) знанием, превратится ли в умение, доставит ли эстетическое наслаждение, повлияет ли на систему ценностей.

Однако нелепо было бы отрицать необходимость учебного чтения. Его значимость росла в последние годы и продолжает расти вместе с повышением значимости образования. Для студентов учебное чтение фактически является началом чтения профессионального.

Учебное чтение

Учебная и «околоучебная» литература занимает одно из ведущих мест на издательском рынке. Но завтра она (так же, как литература для «инструментального» чтения – а часто это одни и те же издания) может быть значительно потеснена электронными источниками информации. Собственно, процесс начат уже сегодня – выпускаются электронные учебники, развивается дистанционное образование.