

УДК: 159.95

© Литвиненко О.О., 2013 р.

О.О. Литвиненко
Національний університет
імені Тараса Шевченка, м. Київ

ПСИХОЛОГІЧНА ТИПОЛОГІЯ ЧИТАЧІВ ЛІТЕРАТУРНИХ ТЕКСТІВ, ЯК НОВІТНІЙ ЗАСІБ ПСИХОДІАГНОСТИЧНОГО ІНСТРУМЕНТАРІЮ

Питання взаємодії читача з літературним текстом стають все більш актуальними для сучасної психологічної науки. Саме тому, нашою метою стало дослідження основних читачьких типів та опис їх особистісних характеристик. Психологічна типологія читачів літературних текстів може бути використана в якості зручного та ефективного інструменту для дослідження індивідуальних особливостей особистості в найрізноманітніших сферах психологічної та психотерапевтичної практики (від психології здоров'я, до клінічної та навіть патопсихології).

Ключові слова: типи читачів, провідний компонент сприймання, кодифікація змісту повідомлення, метачитач, суб'єкт літературної комунікації, персональний нарратив, аналіз дискурсу.

Е.А. Литвиненко

ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ТИПОЛОГИЯ ЧИТАТЕЛЕЙ ЛИТЕРАТУРНЫХ ТЕКСТОВ, КАК НОВЕЙШИЙ СПОСОБ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ИНСТРУМЕНТАРИЯ

Вопросы взаимодействия читателя с литературным текстом становятся все более актуальными для современной психологической науки. Именно поэтому, нашей целью стало исследование основных читательских типов и описание их личностных характеристик. Психологическая типология читателей литературных текстов может быть использована в качестве удобного и эффективного инструмента для исследования индивидуальных особенностей личности в разнообразнейших сферах психологической и психотерапевтической практики (от психологии здоровья, до клинической и даже патопсихологии).

Ключевые слова: читательские типы, ведущий компонент восприятия, кодификация содержания сообщения, метачитатель, субъект литературной коммуникации, персональный нарратив, анализ дискурса.

E.A. Litvinenko

PSYCHOLOGICAL TYPES OF READERS OF LITERARY TEXTS AS THE NEWEST WAY PSYCHOLOGICAL TOOLS

The problems of reader's interaction with the literary text are becoming more relevant to modern psychology. That is why, our goal was to discover the main types of readers and to describe their personal characteristics. Psychological typology of literary texts readers can be used as a convenient and effective tool for the study of individual

peculiarities in various spheres of psychological and psychotherapeutic practice (from health psychology, to clinical psychology or even psychopathology).

Key words: reader types, dominant component of perception, codification of the message content, metareader, the subject of literary communication, personal narrative, discourse analysis.

Типологія – один із найзручніших способів подання значного об'єму інформації у стислому, узагальненому вигляді. Водночас саме типологія дозволяє якнайкраще розглянути проблему або явище в усьому його розмаїтті. Саме тому, метою нашого дослідження стало створення типології читачів на основі домінуючого компоненту сприймання літературного тексту та способу кодифікації інформації. Проте, розробці авторської типології передував ретельний аналіз існуючих на сьогоднішній день типологій та класифікацій читачів літературних текстів. Оскільки впродовж усього часу розвитку психологічної думки читач, як суб'єкт комунікації, досліджувався не лише багатьма науковцями, але і з принципово різних позицій.

Дихотомія відносин читача і автора складає значну частину історії гуманітарних наук. Протягом багатьох століть право тексту і право його автора вважалися недоторканими. Проблема читача займала певне місце в наукових теоріях взаємодії автора і його творів, їх впливу на читача. У ХХ столітті ця проблема набуває все більшого значення і досліджується в рамках філософії, соціології, педагогіки, психології, літературознавства, поезики, естетики, лінгвосеміотики, лінгвостилістики, аналізу дискурсу.

Категорія читача залишалася на периферії гуманітарних наук до шістдесятих років ХХ століття, за винятком деяких досліджень з соціології та психології. Можливою причиною браку уваги до читача було те, що авангардисти підтримували міф про те, що справжній творчості публіка не потрібна. Така стратегія, як відомо, призвела до повного комунікативного провалу у "спілкуванні" з реципієнтами. "Текст, текст і нічого, крім тексту" – так формувалося кредо тих теорій, які характеризують початковий формалізм В. Шкловського, Б. Ейхенбаума та інших представників цієї школи, так само, як і французький структуралізм К. Леві-Строса, Ц. Тодорова. Пріоритет залишався за інтенцією тексту, його позначають структурами і здатністю до породження сенсу.

У межах структуралістичного підходу спроба прийняти до уваги роль реципієнта сприймалася як посягання на існуючу догму. Відповідно до неї формальна структура тексту повинна була аналізуватися сама собою і заради самої себе. Структуралістська теза, названа тезою про «смерть людини», викликала різку критику.

Поступово принцип наслідування трансформувався в позитивну тезу про те, що читацька реакція визначена насамперед специфічними операціями тексту. Врешті-решт, текст починає розглядатися як історично відкрите явище, цінність і сенс якого – історично проваджені, мінливі і такі, що можуть піддаватися операціям переосмислення.

Процес сприйняття тексту вважається багаторівневим: з одного боку, він спрямований на метачитача, це закладається в творі автором, знаходиться в площині автентичності, з іншого – наповнюється співтворчістю читача, знаходиться у площині інтерпретації. Статус читача залежить як від індивідуально-психологічних, так і соціально-історичних характеристик. У виборі особистого відношення він не є абсолютно вільним, оскільки воно визначається також і текстом.

Важливим також залишається питання про рецептивну естетику, яка позначається американським науковцями «критика читацької реакції». Поряд з американським придбав широку популярність у 70-х роках минулого століття і німецький варіант теорії рецептивної естетики. Для послідовників цього руху характерним є зміщення уваги з проблем творчості, літературного твору – на проблему його сприйняття, тобто з рівня психологічної, соціологічної чи антропологічної біографії автора, на рівень свідомості особистості, котра сприймає текст. Рецептивна естетика визначила пріоритет читача в системі «текст – читач», зважаючи на його здатність створювати власний текст на основі прочитаного, тобто метатекст.

У схемі "автор-книга-читач" на першому місці, на думку Н.А. Рубакіна, також повинен бути читач. Він вважає, що книга є мертвою до тих пір, поки людина не прочитає її, що книга живе лише в процесі сприйняття її читачем.

Оптимальне відношення між формулою письменника, формулою книги і формулою читача – дати читачеві "відповідну" книжку, оскільки сприйняття однієї і тієї ж книги у різних читачів різне. Характер впливу книги на читача залежить не від книги, а від психологічних особливостей читача. Як не можна говорити про існування читача без книги, так не можна уявити собі соціальної ролі книги без читача як об'єкта впливу книги. В. Іванушкін запропонував таке визначення читача: соціологічна особистість, яка вступає в певний контакт зі змістом та формою книги, – і тут же він підкреслював, що психіка читача не є пасивним реципієнтом думок, а являється критичною, навіть при незначному інтелектуальному розвитку, є апаратом, який коригує авторські думки.

На взаємозв'язок читача з навколишнім середовищем вказував і Б. Борович, він визначив читача як соціальну особистість.

Серед типологій читачів художньої літератури найбільш поширеними є ті, котрі орієнтовані на спрямованість читацької діяльності, дозволя-

ють окреслювати коло читання, виявляти жанрові й тематичні читацькі переваги. Досить широке поширення отримала і типологія, що базується на уявленні про так званий наївний реалізм – розрізнення читачем умовностей мистецтва. Наївний читач спрямований на розуміння художнього тексту, як точного відтворення подій, що сталися реально. Така спрямованість спотворює розуміння художності тексту. В основі іншої, менш поширеної, типології лежить спрямованість на внутрішній світ героїв, або на їх зовнішні дії. Як показують дослідження, спрямованість на зовнішні дії характерна для молодших школярів. Така спрямованість також не сприяє успішності читацької діяльності.

Вивчення художнього тексту в його відношенні до читача – реальному (емпіричному) або потенційному (гіпотетичному) спочатку сходить до діалогічного принципу, вперше введеного в якості методологічного орієнтира В. Гумбольдтом. Слідом за В. Гумбольдтом і О. Білецьким, Д. Чижевський вважає, що книга є не монологом, а діалогом з "абстрактним" співрозмовником. Виходячи з цього, читачі можуть бути представлені такими потенційними групами:

1) уявні співрозмовники з майбутнього, які не належать до сучасного для письменника суспільства і часу;

2) палкі прихильники (можуть бути як уявними, так і реальними), які "сліпо" захоплюються письменником і його твором, буквально живуть життями героїв;

3) нащадки – читачі, які нав'язують автору свої ідеї і свої образи;

4) читачі, які самі "взялися за перо", тобто почали писати і творити, компенсуючи брак художньої уяви читацькою пам'яттю і мистецтвом комбінацій.

Проаналізувавши таким чином існуючі на сьогоднішній день типології читачів, можна стверджувати, в більшості з них основна увага приділяється процесуальному аспекту відносин читач-книга, при чому нівелюється роль особистості читача, його індивідуальних властивостей та особливостей протікання у нього процесу сприймання літературних текстів. Саме тому метою нашої роботи є розробка нової типології, яка б враховувала усі перераховані вище аспекти читання, як процес спілкування читача із книгою та змогла посісти гідне місце серед психодіагностичного інструментарію як психології здоров'я, так і пато- та клінічної психології.

Наше дослідження було поділене на три основних етапи:

1. Встановлення провідного компоненту сприймання літературних текстів (когнітивного, афективного, чи конативного).

2. Визначення домінуючого коду засвоєння та ретрансляції змісту тексту (акціонального, герменевтичного, символічного, культурного чи особистісного).

3. Співставлення отриманих даних та розробка на їх основі типології читачів літературних текстів.

Проте, проведенню основної частини дослідження передувало виокремлення з генеральної сукупності респондентів групи Читачів. Для цього була використана авторська спеціально розроблена методика.

Традиційно, читачем називається людина, котра читає книги для себе, для власного задоволення. Але сучасний темп життя позбавляє багатьох, навіть надзвичайно освічених людей можливості зупинитися і хоча б півгодини на день присвятити читанню творів художньої літератури. За даними соціологічних досліджень сьогодні у людини, яка не займається безпосередньо розумовою працею, на читання в середньому має витратитися 6-7 годин вільного часу на тиждень. Проте насправді цей час коливається в залежності від віку та професії читача, впливає на нього і загальний обсяг вільного часу. У більшості молодих сімей, якщо ніхто з їхніх членів не вчиться у виш або технікумі, читання в основному здійснюється вкрай періодично та нерегулярно.

Ще однією причиною скорочення читаючої аудиторії можна вважати тотальну комп'ютеризацію суспільства. Хаотичний пошук інформації в Інтернеті приходиться на зміну ретельній та кропіткій роботі з книгою. Перегляд фільмів та телепрограм повністю замінює деяким людям радість від читання творів класичного літературного мистецтва. Саме тому, перш ніж досліджувати особливості сприйняття читачами літературних творів, ми вирішили провести експрес опитування, для того, щоб визначити, чи є даний респондент Читачем, в класичному розумінні цього слова.

Результати перевершили найбільш песимістичні наші очікування: з проміж 250 опитаних осіб віком від 25 до 45 років, з вищою освітою та високим соціальним статусом, читачами виявились менше третини (30,8%). Такі дані, з нашої точки зору, варто сприймати як тривожний сигнал про інтелектуальний рівень українського суспільства. Проте більш ретельному їх аналізу необхідно присвятити окрему роботу.

Метою ж даного дослідження являлася розробка психологічної типології читачів літературних текстів та опис перспектив її застосування на практиці. Первинною задачею будь-якої типології являється аналітичне розчленування формальної цілісності знання і подальший концептуальний синтез його найбільш стійких складових частин і внутрішніх зв'язків в єдність нового роду, кажучи точніше, в змістовну цілісність.

В нашому випадку типологія базується на двох провідних групах факторів, поєднання котрих формує п'ятнадцять комбінаторних типів читачів літературних текстів. В якості цих груп факторів виступають такі індивідуальні особливості особистості Читачів, як:

- домінуючий компонент сприймання (когнітивний, афективний чи конативний);

- провідний код сприймання та ретрансляції змісту тексту (акціональний, герменевтичний, символічний, культурний та особистісний).

Зупинимось детальніше на цих групах факторів. Психологічний процес сприймання взагалі має трьохкомпонентну структуру. Він включає у себе когнітивний, афективний та конативний компоненти. Це стосується також і процесу сприймання літературних творів.

Саме тому, на першому етапі дослідження ми поставили собі за мету встановити, який з трьох компонентів сприймання є провідним у наших респондентів, в процесі сприймання творів художньої літератури. Проте, перш ніж перейти до опису процедури дослідження, варто визначити, що саме мається на увазі під поняттями когнітивного, афективного та конативного компонентів сприймання. Когнітивний компонент пов'язаний із сприйманням та відображенням дій і вінків героїв, зміни подій в тексті та усіх інших аспектів, котрі так чи інакше відносяться до будь-якої активності. Афективний компонент включає в себе всі моменти, котрі стосуються різноманітних переживань, почуттів, вражень та ін. Він відображає ставлення читача до змісту прочитаного, до героїв тексту, їхніх вчинків думок та почуттів. Натомість конативний компонент відповідає за сферу знання, котре транслюється текстом, його основні ідеї, переконання. Завдяки цьому компоненту читач засвоює зміст тексту, його суть, а також ті ідеї, котрі автор прагнув донести до широкого загалу.

В межах даного дослідження ми припустили, що у кожного читача домінуючим є лише один компонент сприймання творів, а інші являються так би мовити фоновими, допоміжними. Саме тому, ми поставили собі на меті визначити цей домінуючий компонент у кожного з наших респондентів.

Для досягнення своєї мети ми обрали модифікований Ю. Сорокіним метод семантичного диференціалу.

В якості другої групи факторів виступили виділені французьким науковцем Р. Бартом коди сприймання та ретрансляції змісту літературних творів. Коротко охарактеризуємо кожен з них.

1. Акціональний код – демонструє зміну подій, активні дії суб'єктів тексту, перетворювальну діяльність, спрямовану на видозмінення навколишнього світу.

2. Герменевтичний код – відображає ключові ідеї тексту, містить у собі відповіді на усі питання, поставлені на початку мовлення.

3. Символічний код – пов'язаний з використанням різного роду символіки, прихованих ідей та різноманітних натяків.

4. Культурний код – містить посилання до загальновідомих культурних цінностей, об'єктів культурної спадщини людства, є певним індикатором рівня загальної обізнаності мовця.

5. Особистісний код – заключає у собі усі описання суб'єктів повідомлення, їх особистісні характеристики, зовнішній вигляд, характер та інші індивідуальні особливості.

На думку автора, ці п'ять кодів є всеохоплюючими, містяться у будь-якому тексті і через їх призму, можна аналізувати будь який мовний фрагмент, як письмовий так і усний. Таким чином, в рамках нашого дослідження, нами була прийнята ідея про наявність цих кодів не лише у власних нових, авторських текстах, а і в творах, котрі ретранслюють зміст первинного першоджерела. Тобто ми припустили, що кожна людина схильна не лише надавати перевагу певному коду підчас власного мовлення, але й виокремлювати певний код у повідомленнях інших осіб, а також надавати йому перевагу, ретранслюючи зміст чужих повідомлень.

Для підтвердження цієї гіпотези ми запропонували респондентам прочитати три оповідання художньої літератури та переказати їх зміст. Для дослідження спеціально були підібрані твори різних жанрів. Це дасть змогу уникнути похибки через їх жанрову приналежність. Тобто можливо було б припустити, що читач виокремлює певні коди в процесі читання та ретрансляції змісту творів одного конкретного жанру. І для кожного жанру притаманне домінування певних кодів.

Таким чином, у ході дослідження ми запропонували нашим респондентам прочитати обрані літературні твори та після кожного з них коротко (на 12-15 речень) переказати їх зміст. Після цього, усі перекази підлягали процедурі контент-аналізу, в процесі якої було виділено коди, котрі використовували читачі, ретранслюючи зміст літературних оповідань. Після цього було виявлено коди, що є домінуючими для кожного респондента.

Систематизувавши та узагальнивши отримані дані, ми створили матрицю, котра вміщає у собі п'ятнадцять типів читачів. Отже, назвемо ці типи та їх представленість в межах респондентської групи. Помірковано дієвий тип – 4%; зазираючий у суть – 15%; естетично-поміркований тип – 8%; ерудит – 8%; дослідник людських душ – 0%; чуттєво-дієвий – 4%; помірковано-чуттєвий тип – 0%; натхненний естет – 15%; поет – 0%; психолог – 11%; активно-дієвий тип читача – 19%; шукач істини – 4%; творець міфів – 0%; культурний діяч – 0%; дослідник 12%.

На основі представлених вище даних можна зробити наступні **висновки**.

Усіх читачів художньої літератури дійсно можна віднести до одного з п'ятнадцяти типів, виділених на основі двох груп критеріїв: домінуючо-

го компоненту сприймання та провідному коду засвоєння та ретрансляції змісту творів художньої літератури. Розподіл читачів за типами відбувся нерівномірно: деякі типи виявились не представленим жодним з респондентів, а деякі – представлені суттєвою кількістю досліджуваних.

Зазначені висновки не можуть не наштовхувати на певні розмірковування. Одразу ж виникає ряд запитань. Чим обумовлений такий нерівномірний розподіл результатів: особливостями вибірки, чи тим, що характеристики, котрі лежать в основі деяких типів є такими, що виключають одне одного, і це робить неможливим існування певних типів читачів у реальному житті? Як би розподілилися результати, на іншій вибірці – більшій за обсягом та відмінній за віком та соціально-демографічними параметрами респондентів?

Для того, щоб відповісти на поставлені питання необхідно проводити подальші масштабніші дослідження, котрі охопили б більше коло респондентів. Проте навіть на основі наявних у нас на даний момент даних можна висунути певні припущення, щодо ключових особливостей запропонованої нами типології. Проте, вже на даному етапі можна стверджувати, що запропонована нами типологія може бути впроваджена в психологічну та психотерапевтичну практику як допоміжний елемент при проведенні комплексної психологічної діагностики особистості, так і в якості самостійного діагностичного інструментарію в межах психології здоров'я, педагогічної психології, психології реклами та PR, а в окремих випадках навіть клінічної та патопсихології.