

Василь Теремко

ПСИХОЛОГІЧНІ ВИМІРИ ЧИТАННЯ
У КОНТЕКСТУАЛЬНІЙ СИСТЕМІ ВИДАВНИЧИХ СТРАТЕГІЙ

У статті розкрито психологічну зумовленість читацьких мотивацій, чинники, які впливають на очікування людини у сфері читання та особливості її рецептивної діяльності. Ідеться і про читання як важливу контекстуальну опору видавничих стратегій.

Ключові слова: читання, видавничі стратегії, авторський наратив, рецептивна діяльність, бібліопсихологія.

В статье раскрыты психологическая обусловленность читательских мотиваций, факторы, которые влияют на ожидания человека в сфере чтения и особенности его рецептивной деятельности. Идет речь и о чтении как важной контекстуальной опоре издательских стратегий.

Ключевые слова: чтение, издательские стратегии, авторский нарратив, рецептивная деятельность, библиопсихология.

The article deals with the psychological dependency of reading motivations, factors that affect human expectations in reading, and especially its receptive activity. It analyses the reading as an important contextual backstop of publishing strategies.

Key words: reading, publishing strategies, author's narrative, receptive activities, bibliopsychology.

Тенденції читання фокусуються у внутрішньому світі людини, що усвідомлено розглядає книгу як важливу життєву опору, а опинившись наодинці з нею, знаходить або не знаходить підтвердження своїх очікувань. Перелік спонук, що виводять на траєкторію читання, як і вражень, оцінок, рефлексій і самооцінок, невичерпний. Безкінечними могли би бути і намагання описати всі грані мотиваційного і враженнево-оцінного

калейдоскопа, що характеризує читацький світ. Однак у цій безмежній багатоманітності є сутнісно, функціонально і типологічно споріднені процеси, механізми і формули, що дає підстави вважати читання важливою платформою видавничої справи, а явища психіки читача — сферою, у якій латентно й актуалізовано комбінуються успіхи і провали книг. В одних випадках усе залежить від цієї платформи, в інших — майже цілковито залежна вона.

Проблематика читання фокусується й у внутрішньому світі людей, для яких воно є розвагою, втечею від тривожних реалій, самозабуттям, кроком у недосяжну для буденності віртуальність. Змістова і динамічна картини у сфері читання і читацькій діяльності значною мірою похідні від історичної соціокультурної ситуації, багатьох зосереджених в індивіді плинних явищ — смаків, моди, а також від інтенцій, цілеспрямованих зусиль авторів, видавців, читачів, фахівців, що створюють очікування книги, інформаційно підтримують її. Тому синтетичний, мультидисциплінарний, науковий розгляд проблем читання ніколи не втратить своєї актуальності через постійну змінюваність параметрів, що її характеризують. Здобуті ж наукові знання завжди живитимуть ідеями практику.

Поки що немало авторів за інерцією орієнтуються більше на власні спонуки (перефразовуючи К.-Г. Юнга, — випрацьовують невротичну енергію), а видавці — на прилавок, дбаючи про фінансовий результат. Сферою читання, читачем як факторами успіху книги глибинно цікавляться небагато з них. У сучасних реаліях вона набуває стратегічного значення. Знання, що характеризують її, — неоціненна складова компетентнісного арсеналу фахівця. Збагачення цих знань — неспростовне завдання науки, в основах якої сучасних дослідників і практиків чекає немало цікавого і повчального.

Одним із перших допитливо заглибився у пласти читання наприкінці XIX — на початку XX ст. російський «останній енциклопедист» М. Рубакін. Обґрунтована ним психологічна теорія автора, читача і книги (бібліопсихологія) зводить в одну проблемну площину творення, сприймання, розуміння і запам'ятовування тексту, витлумачує читання як психологічний і соціальний феномен та процес. Емоційний аспект важливий у ньому не менше, ніж усі інші: узгодженість емоцій (консонанс) забезпечує сприймання цінностей усного, рукописного і друкованого слова (закон консонансу), різнобій їх (дисонанс) — утруднює його (закон дисонансу). Відповідно до цих законів «друковане, рукописне і усне слово сприймається позитивно або негативно залежно від

того, які емоції переважають у читачеві або слухачеві» [7, с. 93]. Урахування породжених ними ефектів важливе при оцінюванні співмірності майбутньої книги інтересам, потребам цільових аудиторій, виборі стратегій їх таргетування і просування. Некомпетентність у таких справах призводить до того, що книги, створені і випущені з однією метою, починають працювати на протилежні цілі. У сучасних реаліях подібне відбулося після виходу у світ роману Ліни Костенко «Записки українського самашедшого». Перипетії, що відбулися довкола нього, спричинені великою питомою вагою у суспільстві читачів, які сприймають символічний образ авторки роману вже не так, як їхні батьки і батьки їхніх батьків. Нове покоління не знайшло в ньому того, що збудило екзальтовані пориви старших читачів, які відреагували не так на якісні характеристики тексту, як на факт його появи. Очевидно, видавець про такий розвиток подій не думав, не міг він і інтуїтивно передбачити його, оскільки належить до іншого соціокультурного, психологічного покоління.

Ідеї М. Рубакіна, як і значно пізніше Г.-М. Мак-Люена, приваблюють намаганням використати для пізнання книжної справи напрацювання інших наук. За його розумінням, створена стараннями автора і видавця бібліопсихологічна цінність (зміст і жест книги), утілена в ній символічно-смысловая система всіма своїми сигналами апелюють до читача, впливаючи на нього і будучи підвладними йому.

Результати читання («утилізація бібліопсихологічної цінності») не завжди підпорядковані характеристикам книг і не цілком тождесні інтенсивності їх циркулювання у соціумі. Адже не всі вони однаково придатні для сприймання та інтерпретації. По-різному і читають їх — зміст («те, що дійшло») багатьох пізнають методом «стрибання очей». Таке читання — джерело бібліопсихологічних парадоксів, серед яких — «начитані ідіоти», неспроможні самотужки відтворити прочитане, байдужість до змістово цінних книг, ажіотаж навколо розважального читива.

Бібліопсихологія як наука реалізується у контексті дії трьох основних законів — закону Семона, закону Гумбольдта—Потебні, закону Тена, пізнання яких допомагає досягнути її теоретичну сутність, інструментарій, прикладну специфіку.

В обґрунтуванні закону Семона М. Рубакін використав теорію німецького біолога-дарвініста Р. Семона про клітинну пам'ять (мнему) як основу спадковості, що забезпечує фіксування, збереження інформації, взаємодію нагромадженого інформаційного масиву з новими

сигналами. Мнему утворюють сукупність, потік змін (енграм), що виникають під дією зовнішніх сигналів (подразників). Більшість енграм перебуває у сплячому (латентному) стані, однак за певних умов може бути активізованою (екфорованою) — «винесеною» у свідомість. (Цей процес Р. Семон назвав екфорією.) В організмі людини зберігаються лише актуальні для нього енграми, відбором і збереженням яких керує мнєма. Легко приєднуються до мнєми онтологічно близькі, споріднені з нею енграми, чужорідні — відштовхуються, провокують внутрішні конфлікти. Примирення їх потребує часу і вольових зусиль.

Мнємічні явища визначають сприймання тексту під час читання, забезпечуючи «відтворення реальності під впливом подразнень, які ідуть від букв... слів і фраз і загалом від тексту» [7, с. 50]. У процесі екфорії актуалізуються не окремі енграми, а їх комплекси. У цьому полягає важливий для рецептивної діяльності людини механізм асоціації. Повторення сигналів формує подібні енграми (гомофонія), стимулюючи їх запам'ятовування. Це відбувається і тоді, коли описані події узгоджуються з особистим досвідом читача (екфорування під впливом читання), що полегшує їх сприймання.

Читання актуалізує оригінальні (отримані від реальності) і мнємічні — екфорійні (відбуваються у мнємі) — енграми. Мнємічні енграми — результат роботи уяви; їх комплекси, як правило, не тотожні реальності. У розвитку мови таким явищем є метафоричність — втрата словами одних значень і набуття нових. Часто вона ховає за словами суть сказаного (написаного), чим довела свою ефективність у маніпулюванні свідомістю і поведінкою. Її мав на увазі М. Рубакін, наводячи слова «генія дипломатії» — міністра закордонних справ Франції Ш.-М. Талейрана — про те, що мова дана людині для приховування думок.

Слово, текст реалізують свою силу, якщо спираються на первинні, оригінальні енграми. Протистояння (особистісне, групове) сигналізує про їх протиборство, в якому найчастіше перемагають енграми оригінальні — називання речей, явищ такими, якими вони є насправді. З огляду на це М. Рубакін проголосив завданням бібліопсихології як теорії книжної справи «боротьбу за правильне називання реальностей» [7, с. 54], яку нерідко заступає проекція — приписування їй невластивого.

Різноманітні проекції (ідеалізація, індивідуальне образотворення і смислотворення) супроводжують і читання. Результат цього — сприй-

мання тексту таким, яким він зринає у проекції читача відповідно до його системи цінностей, досвіду, очікувань: «Слово, фрази, книга є не передавачами, а збудниками психічних переживань у кожній індивідуальній мнемі» [7, с. 60]; «Будь-яка проекція вибудовується кожним із нас із елементів нашої мнемі» [7, с. 56]; «В різних читачів виявляються різні проекції однієї й тієї самої книги» [7, с. 57]; «Скільки у книги читачів, стільки у неї змістів. Подібність змісту зумовлена не тотожністю книг у різних читачів, а подібністю читацьких мнем» [7, с. 58]. Ці міркування узагальнено репрезентує таке положення: читач осягає не те, що вклав у текст автор, а власну його проекцію, тобто пов'язаний із текстом суб'єктивний зміст.

Із теорії мнемі, збагаченої вченнями німецького філософа, мовознавця В. фон Гумбольдта (принцип суб'єктивності сприймання слова) та українського мовознавця О. Потебні (слово як збудник переживань, а не як засіб їх перенесення, передавання), виростає закон Гумбольдта—Потебні, покликаний, на думку М. Рубакіна, дати психологічне тлумачення книги в усіх формах її буття. Згідно з теорією мнемі, друковане, писане, усне слово не має жодного змісту, крім вкладеного у нього людиною у процесі читання або слухання. Зміст твору як результат праці автора повноцінно осягнути неможливо, оскільки реципієнту доступна лише ним сконструйована проекція смислу прочитаного чи почутого. Подібність за змістом «вкладеного» й «отриманого» можлива тільки на основі подібності мнем та енграм автора і реципієнта. Передумови цього — однакові соціальний шлях і соціальний досвід.

Відповідно до закону Гумбольдта—Потебні центром процесу книги є читач. Книга — засіб, що збуджує психічні переживання; якщо її слова і фрази не стимулюють «певних енграм у читача, він не знайде в її змісті зв'язку. Чого немає у мнемі читача, того не буде в проекції книги» [1, с. 63]. Тому вона неоднаково сприймається і витлумачується людьми з різним досвідом. Книга без читача — матеріальний предмет.

Нагромадження енграм — соціально обумовлений процес. М. Рубакін розкриває його за допомогою закону Тена, згідно з яким специфіку енграм зумовлюють: «раса» (спадковість), що проявляється у мовній, релігійній, ментальній, культурній спорідненості; «навколишнє середовище» (джерело нових енграм); особливість соціальної та індивідуальної життєвої ситуації. Спадковість, колективний і особистий досвід інтегруються взаємозбагачуючись. Вони зумовлюють функціональність відповідних мнем: спадкова — зберігає інстинкти; соціаль-

на — відповідає за поведінку людини в суспільстві; індивідуальна — фіксує особливе в ній, живить словотворчість.

Для видавничої справи важливе розуміння механізмів формування і прояву мнем, а також впливу на них. Більшість цих процесів відбувається на несвідомому рівні, залежить від типу особистості, життєвих ситуацій, ставлення до побаченого і пережитого. За специфікою прояву мнем (характером відчуттів) М. Рубакін веде мову про чотири людські типи: зоровий (візуальне сприймання дійсності); слуховий (любителі музики, співу, декламації); моторний (пізнання дійсності через дію); змішаний (поєднує елементи всіх типів).

Знаючи тип спадкової, соціальної та індивідуальної мнем, можна спрогнозувати реакцію людини на книгу. Реакції на конкретні видання розкривають характеристики індивідуальної мнemi: відгуком на них читач підсвідомо оприявнює якості мнemi. Вони — підстава для прогнозування ставлення до книги в цільовій аудиторії. На основі сукупності таких даних можна оцінити перспективи видавничого проекту в масштабніших соціальних координатах. Завдяки пізнанню чинників, що зумовлюють формування мнем, певних спільнот, можна зрозуміти, чому індивіди, демографічні групи є читачами одних видань, ігнорують інші чи зовсім не сприймають їх. Доступне завдання — складання соціопсихологічного портрета цільової аудиторії книги. У цьому сенсі прислужаться такі положення М. Рубакіна: «Кожен об'єктивно вивчений читач може бути використаний як реактив на книгу» [7, с. 101]; «Кожна об'єктивно вивчена книга, фраза, слово можуть бути реактивом на будь-якого читача» [7, с. 103]. Ідеться про можливість прогнозування на основі соціально-психологічної інформації про читача його реакції на книгу, а з урахуванням її особливостей — соціально-психологічних характеристик її потенційних читачів.

Бібліопсихологія центрує увагу на психологічних аспектах змісту і впливу. Тому її інтерес не вичерпується фактом переходу книги в рецептивний простір читача, бо акт читання не гарантує повноцінного її осягнення. Для неї цінний читач у суб'єктивних проявах під час рецептивної діяльності, що допомагає його очима побачити текст, книгу та автора. Текст вона досліджує крізь призму сприймання і реакцій, які він збуджує в індивідуальному світі на вербальному, інтервербальному і суправербальному рівнях. Результати цих досліджень увиразнюють прогноз реакції ширших соціальних утворень.

Вербальне бібліопсихологічне дослідження зосереджене на слові, психічних явищах, які воно породжує самостійно, інтервербальних

зв'язках, а також на особливостях читання людей, що концентрують увагу тільки на ньому. Так, наприклад, працюють із текстом діти під час опанування техніки читання, деякі учні (зубріння), навіть представники певних професій — коректори, юристи, лексикографи та ін.

У фокусі інтервербальних досліджень — психічні явища, що виникають при сприйманні фраз і слів. Адже зміст конкретного слова залежить від змісту фрази (контексту) і його місця в ній, що ілюструє переставляння слів. На цьому ґрунтуються механізми інтервербальної уяви (переживань, зумовлених змістом слів, із яких складається фраза), інтервербальних упізнавань (ідентифікації змісту фрази), інтервербальної інтуїції (приписування наявного у фразі слову конкретного змісту з кількох можливих), інтервербальної перевірки (уточнення правильності інтерпретації слів), інтервербальної пам'яті (утримання в ній найближчих слів і фраз тексту), інтервербальної асоціації психічних переживань (породження словом нових переживань), інтервербальних навіювань і самонавіювань, інтервербальної інтерференції (підсилення чи ослаблення переживання конкретного слова внаслідок переживань наступних слів). Ознака такого читання — неоднакова увага до різних слів, прояви якої залежать від психотипу та індивідуального досвіду.

На суправербальному рівні верховодять породжені у свідомості читача інтервербальними процесами психічні явища, безсловесна думка, інтелектуальна картина, почуття. У процесі читання вони «відриваються від словесної бази і перетворюються на переживання... поза-словесні, надсловесні» [7, с. 126]. Такими є механізм формування загального враження про твір, його ідеї, стиль, узагальнені оцінки творів, а також асиміляція, апперцепція, антиципація.

М. Рубакін намагався простежити і взаємопородженість різноманітних явищ у процесі книги, що ілюструє таке його міркування: «Кожна літературна форма має свій психічний корелят, діючи як подразник на читача чи слухача» [7, с. 133]. Розмірковуючи над функціональною залежністю між типом книги і типом читача, він обґрунтував закон Геннекена. Свого часу французький критик Е. Геннекен стверджував, що літературний твір найсильніше впливає на читачів, психічна організація яких найближча до нього і його автора. М. Рубакін конкретизує цю думку: «Літературний твір діє тільки на тих, чийм виявом він служить» [7, с. 216]. Джерелом його успіху, за такого розуміння, є відповідність психокультурних характеристик автора особливостям цивілізації, суспільства, соціальних верств, індивідів. Тому одні книги

долають кордони простору і часу, формують свою світову аудиторію («діаспору»), інші залишаються поза увагою навіть у своєму часі і на своїй землі.

Популярність творів, байдуже ставлення до них чи несприйняття їх — «наслідки відповідності чи невідповідності психічної організації авторів і психічної організації читачів, які стають то шанувальниками, то противниками, попри наукову (об'єктивну) правильність тієї чи іншої ідеї, того або іншого напрямку, оскільки, в підсумку, правильність ідеї зводиться до її узгодженості з якісним і кількісним аспектами читацької мнени» [7, с. 221]. У цій формулі — розгадка «таємниць» бестселерів, популярності масової книги. М. Рубакін на означення цих явищ використовує поняття «бібліопсихологічне тяжіння» і «бібліопсихологічне відштовхування», виводячи їх на формульну лінію: «Чим більше людей, подібних до автора, тим гучніше звучать його слова у їхніх вухах» [7, с. 221], оскільки «книга найсильніше діє на читача, психічний тип якого такий самий, як і даного читача» [7, с. 224].

Слово, що не відповідає реальності читача, не діє. Тому малоздатна до розмірковувань людина неохоче читатиме філософський роман, гіпертимна — сентиментальний, діловита — рефлексивний, споглядальний тощо. Не відмовити в маркетинговій прозорливості видавництвам, які у своїх індустріалізаційних стараннях уникають рефлексивних текстів, надаючи перевагу життєвим історіям, подібним до телерозповідей. Читати рефлексивну літературу, за переконанням фахівців, відучило людей телебачення, переключивши їх на сконструйовані за певними схемами сюжети, покликані відволікати від буденності, створювати ілюзорні та гедоністичні ефекти. При цьому враховують механізми не лише сприймання, а й уподібнення, що влучно зауважила Л. Зіміна, спостерігаючи за вторгненням у читацький простір жіночого («рожевого») роману: «Пряма читацька ідентифікація з героїнею — один із найважливіших законів жанру» [4, с. 51]. Знаючи характеристики телепубліки, неважко змоделювати портрет героїні та її історію.

Поки що не втрачені можливості мати в полі зору і розвиненого читача з вишуканими смаками. Для такої орієнтації, на думку Е. Барякіної, виправданий принципово інший підхід: «Якщо цільова аудиторія — люди вдумливі, акцент потрібно робити на естетичному задоволенні від книги» [1, с. 135].

На цій розмисловій траєкторії сформульовані застереження в недоцільності перенесення видавничих рішень з одного культурного, мен-

тального середовища в сутнісно інше. Таких рекомендацій, успішних та провальних ілюстрацій до них видавнича теорія і практика знає чимало. У них є цінна енергія для роздумів тим, хто розраховує на успіх, пишучи, видаючи, рекламуючи, продаючи книги.

Для людини, яка виросла в демократичному світі, не дивина — поліфонічний дискурс, мультикультурність, реальна свобода совісті. Вона охочіша і підготовленіша до інтертекстуального, розгерметизованого авторського наративу. Важче дається він тим, хто виріс в общинній культурі, за патріархальних, авторитарних режимів, диктату ідеологічних доктрин. Адже їм бракує навичок самостійної дії в соціальному просторі і в просторі тексту — вони ментально очікують повчань, настанов. Такими є їхні інтенції щодо текстів і праця над ними. Подолання цих психокультурних конструктів потребує значної інтелектуальної, духовної самоорганізації. Схоже, з цією проблемою не розминувся пострадянський читач.

Головний теоретичний набуток М. Рубакіна можна переінтерпретувати і такими словами: змістом книги є не лише те, що вклав у неї автор (авторська версія), а й те, що зрезонувало, пробудилося у свідомості читача; у кожній книзі стільки варіантів змісту, скільки її читачів; люди з різними системами цінностей, смаками, уподобаннями, ментальним і соціальним досвідом об'єктивно неспроможні однаково сприйняти та оцінити її; чим більше близьких за досвідом, очікуваннями, культурою потенційних читачів книги, тим на вищий успіх можна претендувати за компетентної роботи з нею. Повноцінна маркетингова інформація про книгу, психічне і соціальне середовище, якому вона адресується і в якому вона побутує, — стратегічний мінімум видавця. Вона — джерело аргументів на користь одних видавничих ідей, проєктів, стратегій і відмови від інших.

Бібліопсихологічна теорія, здобувши немало прихильників, опинилася під прицілом авторитетних опонентів. Одним із потужних її критиків був М. Куфаєв. На його погляд, бібліопсихологія має суттєві гносеологічні і методологічні недоречності: намагання звести в одну площину інструментарій і напрацювання надто багатьох дисциплін; невиправдане поєднання методів психології і точних наук; слабкий методологічний і дослідницький інструментарій (переоцінювання інформації читачьких анкет, експериментальних даних); надмірна орієнтація на прикладні цілі. Не сприйняв він і трактування книги, книжності як літературних явищ, а також положення М. Рубакіна про примат інтенцій

читача над змістом книги. Протівився М. Куфаєв і твердженням, що книга тільки збуджує реакції, а не передає зміст. Причиною цього він вважав недооцінювання М. Рубакіним соціального в людському бутті та соціальної природи процесу книги: «Перше впізнавання слова дає і першу вказівку на його зміст і швидше за все на той зміст слова, який це слово має у спорідненому з читачем соціальному середовищі, але не в лексиконі автора книги. Чим частіша тотожність їх, тим легше розуміння слова загалом і слова в даній книзі. Однак за нетотожності змісту слова читача і автора відмінність змісту між ними коливається у зовсім не значних межах, оскільки стійкість значення слова забезпечується збереженістю його в соціальному середовищі» [5, с. 113]. На такій позиції перебував тоді і представник Харківської лінгвістичної школи А. Горнфельд, за переконанням якого, зміст слова однаково вичерпний для мовця і слухача. Кожна людина, вимовляючи, наприклад, «мама», вкладає в це слово зміст, який неможливо повноцінно замінити іншими словами.

У протистоянні ідеям М. Рубакіна М. Куфаєв був однозначним: «Книга, збуджуючи в процесі читання думку читача, пов'язану із матеріальним вираженням у ній думки і слів автора, передає і саму думку автора, зливу із словом книги». Індивідуальні відмінності в її сприйманні неминучі, однак крайні величини змісту не переходять меж, «встановлених життям даного слова в мові і традицій матеріального втілення думки і слова в конкретний період часу» [5, с. 115]. У книзі автор спілкується із читачем, передаючи йому зміст своїх думок і «себе у своїм творінні». Як втілення думок автора, вона однаково належить йому і читачу: «Передаючи суспільному колективу свої думки і слова, автор передає йому і своє творіння, яке у зв'язку з життям у колективі виникло і яке в життя, в середовище читачів і в зібрання книг повертається, описавши творче коло і зливши індивідуальне із соціальним у цілісній природі книги» [5, с. 116]. У цьому, на думку М. Куфаєва, полягає процес книжного спілкування.

Не погоджувався М. Куфаєв і з бібліопсихологічним положенням, що слово, фраза, книга збуджують у психіці читача реакції, зміст яких контрольований особливостями його мнени. Він небезпідставно вважав, що в читачів, «окрім реакцій, існують і акції» — передусім рефлекс мети, який «виражається у загальному прагненні читача схопити думки конкретного автора, присвоїти їх собі, своїй свідомості» [5, с. 123]. Ще одна важлива акція — конструктивна уява читача, що актуалізує роботу

асоціативних центрів, які оживлюють слова, образи, почуття, міркування, пов'язують їх із тим, що думав і писав автор. Вона стимулює здогадування під час роботи з текстом: кваліфікований читач осягає зміст слова, ідентифікувавши лише кілька його літер. Це — одна з ознак читання як синтетичного процесу.

На відміну від М. Рубакіна, який за вихідний пункт психології читання брав слово, М. Куфаєв стверджував, що ним є фраза — психологічна одиниця мови автора і читача. Тому не бачив доцільності виокремлювати серед типів читачів осіб, які тільки вчаться читати: «Це не «тип», це не «поверх», це етап до нормального читання» [5, с. 125]. У розгортанні життєвого шляху книги для нього однаково важливі мова автора, інтереси видавця, книгорозповсюджувача, а особливо — злиття її змісту з «душею читача» [6, с. 70]. Якість цього процесу корелює з дією «факторів книги» — рівнем культури, освіти, розумового, соціально-економічного, морального, правового розвитку суспільства, історичним досвідом і політичним моментом, визначальним типом особистості, у т. ч. місткістю і насиченістю книжкового ринку, особистісними характеристиками автора, видавця, книгорозповсюджувача [6, с. 69]. На сучасному етапі перелік цих факторів значно ширший, дія більшості з тих, які об'єктивно не міг побачити М. Куфаєв, має глобальний характер.

Читання М. Куфаєв уважав важливим етапом, а читача — базовою інстанцією процесу книги: «Процес читання впливається у процес книги, зливається з ним» [5, с. 119]; «Навіть ізолюючи особистість автора, видавця, продавця та ін. у процесі книги, ми не можемо ізолювати особистість читача, який обрав книгу» [6, с. 72]. Без самоздійснення книги у сфері читання унеможлиблюється одна із провідних її функцій — бути чинником людського спілкування: «Книга — спілкування людей завдяки читанню, в процесі читання» [5, с. 119].

Цілісне розуміння книги найповніше бачиться з уявної позиції читача, який «розпізнає своє через пізнання чужого»: переживаючи описане чуже життя, переймаючись думками, почуттями героїв, пропускаючи все це через власний світ, читач знаходить у віртуальних реаліях відгомін своїх переживань, відповіді на хвилюючі запитання, «відпрацьовує» глибоко затаєні комплекси, символічно позбувається відчуженості від світу чи «втікає» від нього тощо. Тому процес книги має дві основні інстанції (фігури) — автора і читача: «Автор пропонує свій твір, читач запитує його» [5, с. 117]. Їхня взаємодія, однаково

актуальна для них, відбувається під час читання. Цій конфігурації, що, правда, не вистачає не менш важливої інстанції — видавця. Адже від його компетентності і якості старань залежить, яким і як дійде слово (текст) автора до читача, наскільки повноцінно і суголосно вкладеним у нього авторським інтенціям він сприйме, вбере у себе, переінтерпретує те слово.

Для видавця М. Куфаєв знайшов місце в розважливій філософській формулі: «Велике таїнство і безмежна цінність книги в тому, що в ній поєднані слова і жести». Жест — злиті зі словом «оптичні знаки книги», які читач також сприймає як її мову [5, с. 119]. Ідеться не тільки про писаний чи друкований текст, а й про його структурування, дизайн-концепцію книги, художнє оформлення, поліграфічне виконання і використання для її виготовлення матеріали. Усі вони з різною силою втворюють смислообраз, який репрезентує не лише книга, а й усе, що її супроводжує. «Читач у книжному процесі сприймає відразу сигнали всіх, хто її створив: і письменника, і набірника, і ілюстратора, і друкаря... вступає зі всіма творцями книги в те чи інше спілкування». Слово і жест у книзі формують цілісність, із якою взаємодіє читач. Частини цієї цілісності не кожен бачить. Внесок у книгу як синтетичну цілісність інших учасників її творення часто залишається поза увагою: «Читач сприймає книжний текст (письмо, шрифт...) і книжне слово в цілковитій суміжності і злитості» [5, с. 121]. Цю єдність він приписує авторові, сприймає як мову автора. Насправді автор працює на образно-естетичному рівні твору, видавець — на рівні смислообразу книги.

М. Куфаєв доводив, що збудження у процесі читання мовного центру відтворює у мозку читача «фізіологічний процес книги, дуже близький до того, який відбувається в голові автора, коли той створював текст і ще не передавав його для друку або читання» [5, с. 121]. Діяльність читача над книгою має синтетичний характер, реалізується як крок (попит) назустріч автору (пропозиції). Цього не відбувається у процесі поверхового читання, візуального сканування тексту, яким є, наприклад, електронне читання. Належно організоване читання — творчий процес, шлях читача до автора, «творення» ним автора і самостворення. Це відбувається у результаті осягнення, оцінювання змісту книги, власних думок та ідей, завдяки чому формується «новий запас думок для праці і творчості» [5, с. 138]. Полем взаємодії автора і читача («книжного спілкування») є також «матеріал і форма книги, шрифт та ілюстрації» [5, с. 142]. Взаємодіють не тільки вони, а й читачі між

собою, незалежно від їх часопросторової приписки. Це робить книгу «світовою ареною» читацького спілкування. Читачем та учасником діалогу з автором є і видавець — без опанування цієї ролі він не зможе «врахувати справжнього, актуального попиту читачів і дати їм потрібну книгу», тому повинен бути «творцем і художником книги» [5, с. 150], а не книгоробом.

Більшість міркувань М. Куфаєва щодо процесу книги і читання співмірні метафізичному розумінню цієї проблематики. Однак поза його увагою опинилася система спонук, які спрямовують людську увагу у простір книги. Очевидно, читання є не лише взаємодією автора і читача. Бо не всіх, хто взяв книгу до рук, цікавить, ким вона написана, як і не кожен автор, витворюючи текст, утримує в полі зору фігуру читача. Нерідко над усім бере гору текст: читач настільки відкритий до нього, що йому не потрібно нічого долати в собі, щоб злитися з ним, увібрати його в себе чи витворити власну його версію. Керувати ним можуть «інфікованість» читанням, пізнавальна пристрасть, необхідність.

Ще категоричніше виступив проти ідей бібліопсихології С. Вальдгард: «В основних своїх установах «бібліопсихологія» М. Рубакіна для нас неприйнятна», передусім через «однобоко-індивідуалістичне розуміння читання», а також через «нерозуміння і недооцінювання соціальної природи книжного процесу» [2, с. 11].

Читання С. Вальдгард розглядав як «процес соціальної передачі, процес соціального впливу сторони, яка передає, на сторону, яка сприймає», що відбувається в «людському колективі, взятому як єдине ціле» [2, с. 13]. Книга при цьому є засобом. Найголовніше, в чому він розходився з М. Рубакіним, якщо очистити його твердження від ідеологічних нашарувань, — розуміння читання і ролі в ньому книги. М. Рубакін вів мову про читання як суму індивідуально-психологічних процесів у голові автора і в голові читача. У його концепті текст не має змісту — він витворюється у голові читача, є проекцією його індивідуального досвіду. С. Вальдгард стверджував, що основне завдання книги — «передавати», «передаючи, впливати». За його переконанням, М. Рубакін «прогледів соціальний аспект і однобоко переоцінив індивідуальний» [2, с. 15].

Розминається з позицією М. Рубакіна і розуміння С. Вальдгарда психологічних чинників, що обумовлюють процес читання: «Сам процес читання... завжди є мислительним процесом даного читача, його образним уявленням, його емоційним переживанням. Однак неважко

бачити, що це мислення або образне уявлення читача несамостійне. Воно, щоправда, протікає у свідомості даного читача, в його нервовій системі, але ж спрямовується не ним самим, воно спрямовується ззовні, стороною, яка передає (автором)» [2, с. 29]. На відміну від М. Рубакіна, який понад усе ставив автономну самодостатність читача, С. Вальдгард, певною мірою визнаючи його самостійність, розглядав читання як сферу впливу. Такий погляд домінував в ідеологічній практиці за радянського часу. Зрештою, притаманний він усім заідеологізованим режимам.

Детальний аналіз праці С. Вальдгарда («Нариси психології читання») наводить на думку, що деякі принципові питання вони з М. Рубакіним розуміли приблизно однаково, а ідеологеми на якомусь етапі могли бути вписані в неї. Для ілюстрації достатньо навести хоча б одну з них: «Стороною, яка передає, на перший погляд, є автор. Однак неважко побачити, що за автором завжди стоїть той чи інший соціальний колектив — клас, партія, держава, церква та ін.» [2, с. 15].

Певною мірою цікаві міркування С. Вальдгарда щодо участі авторів у книжному процесі: висока вона в авторів наукових і літературно-художніх текстів, нижча — в авторів науково-популярних. Не позбавлене сенсу і таке його твердження: «Читач постає перед нами в усій складності і багатогранності своєї соціально обумовленої особистості — зі своїми інтересами, життєвим досвідом, світорозумінням, із системою своїх поглядів, емоційних ставлень, оцінок, цілеспрямувань... Автор повинен уважно враховувати психологічні особливості свого читача і орієнтуватися на них у книзі» [2, с. 16]. Орієнтуватися на читача повинен і видавець, працюючи з автором і майбутньою книгою.

У читацькій роботі поєднуються ефекти сприймання індивідуального (індивідуальна праця читача) і сприймання від інших людей (результат творчої праці автора). Між ними є немало відмінностей: індивідуально-психологічне сприймання — безпосереднє; сприймання від інших людей — опосередковане мисленням, досвідом, пізнавально-оцінними помилками, настановами попередників. «На відміну від усного мовного спілкування, процес соціальної передачі через книгу наче розірваний — акт передачі автором відмежований від акту сприймання читачем... і в часі, і в просторі» [2, с. 17].

Емоційні реакції (переживання) читача С. Вальдгард уважав супутнім явищем, оскільки в його розумінні читання — передусім інтелектуальний процес. Емоції, торкаючись глибинно особистісних сфер,

впливають і на перебіг інтелектуальної праці: в одних випадках підсилюють логічну, доказову систему тексту, в інших — розмивають, нейтралізують чи спотворюють її. Домінують вони при читанні художніх текстів.

У контексті видавничої проблематики є сенс взяти до уваги і такі спостереження С. Вальдгарда: книги про людей викликають складніші емоції, ніж про речі [2, с. 34]. Правомірне і ставлення ним питань, які стосуються: читацького інтересу («Читач не візьме і не прочитає книги, якщо вона йому не цікава»); розуміння написаного («Книга не буде прочитана (а відповідно і не здійснить свого впливу), якщо за складністю вона незрозуміла читачеві»); переконливості книги і згоди читача з аргументами автора. Ці положення він уважав важливими для книг, покликаних навчати, переконувати, виховувати.

До читання інтелектуальної книги, за спостереженням С. Вальдгарда, приводить пізнавальний інтерес. Цікаві запропоновані ним якісні характеристики цього інтересу: а) за рівнем організованості — невиявлений; чітко організований, усвідомлений, вербалізований; недостатньо усвідомлений; нечітко вербалізований; б) за інтенсивністю (силою) — дуже сильний, що межує із захопленням; слабкий, малопомітний; в) за активністю — настирливий; вичікувальний (пасивний); г) за тривалістю — миттєвий; довгочасний; невідлучний упродовж усього життя людини. Значущою ознакою пізнавального інтересу є персоналізація — спрямованість на конкретних авторів і їхні книги. «Тямущий читач має підстави сподіватися, що саме такий-то автор (у такий-то книзі) унаслідок своїх індивідуальних особливостей (як учений, мислитель і т. п.) повідомить йому цікаві знання, думки тощо. При цьому відіграють роль такі соціальні моменти, як вказівки інших, їх рекомендації, характеристики автора, — вони сприяють персоналізації інтересу і спрямовують його до конкретної книги». Соціопсихологічні чинники (навіювання, наслідування, мода, громадська думка) конкретизують попит, особливо на твори белетристики. В основі його — емоційні запити, естетичні смаки, нерідко і «примітивніші соціально-психологічні механізми» [2, с. 43], віддалені від справжнього пізнавального інтересу. Близький до них і попит «за завданням», із яким пізнавальний інтерес може узгоджуватися або конфліктувати.

При поясненні інтересу до конкретних видань С. Вальдгард використав обґрунтований психологом О. Ухтомським фізіологічний механізм домінанти — зосередження уваги на цікавій книзі, що зумовлює

сприймання її змісту, емоційний фон довкола неї, активізує читання. Найбільше це стосується белетристики, певною мірою — інтелектуальних текстів. У цьому сенсі резонний такий висновок С. Вальдгарда: «Зміст книги має відповідати інтересам читача — існуючим чи можливим» [2, с. 46]. Повноцінне задоволення пізнавального інтересу спроможне зніщувати нові пізнавальні інтереси: «Книга повинна зуміти знайти життєві основи інтересів, організувати їх і на цьому ґрунті зацікавити читача. [...] Хороша книга уміє не лише відповісти, а й залишити багато нерозв'язаного, такого, що спонукатиме шукати далі» [2, с. 49].

У розкритті соціально-психологічної природи та індивідуально-психологічних механізмів розуміння С. Вальдгард також відмежувався від теорії М. Рубакіна. На його думку, розуміння пов'язане з мовним і мислительним оформленням написаного (повідомлення про «явище об'єктивного світу») і знанням читача про нього, його вмінням «орієнтуватися у тих мовних і мислительних прийомах, формах та ін., якими автор передає зміст» [2, с. 51—52]. Якість сприймання книги залежить від доступності змісту і форми, мислительних структур, які розвиваються від однієї фрази (думки) до іншої, а також від архітектоніки та обсягу тексту. Найвищим рівнем читацьких навичок є «уміння сприймати ціле» [1, с. 54], що допомагає в осягненні змісту книги та основних положень автора, виокремленні важливого і другорядного. Пізнавальна, інтелектуальна неспроможність при цьому симптоматизує «дефект розуміння», «читацьку неповноцінність». Водночас «хороша книга не повинна ігнорувати практичний досвід читача» [2, с. 62], його загальний розвиток, культурний рівень, спеціальну підготовку, соціальний багаж, лексичний запас.

Не знаючи семантики навіть незначної кількості слів, читач не зможе повноцінно заглибитися в текст. Якісне осягнення, інтегрування інформації, вираженої у словах, словосполученнях, суправербальних конструкціях і їх взаємодіях, формують у кваліфікованого читача значно складніші смислові й емоційні утворення, ніж у читача непідготовленого. Мислительні операції відбуваються при читанні не лише над словами. У них задіяні наповнення книги, інтелектуальні, асоціативні можливості, знання і соціальний досвід читача. Усе це надає його сприйманню, розмірковуванню глибини і масштабності. Розуміння прочитаного не завжди є усвідомленим, воно виростає і з того, що перебуває за порогом свідомості, проявляючись при читанні художніх, передусім поетичних, текстів.

Розмисловий потенціал має і твердження С. Вальдгарда про роль довіри (згоди) читача до автора (додамо — і видавництва): «Авторитет книги є умовою, яка надзвичайно полегшує згоду», а «неоднаковий рівень довіри читача пов'язаний з його позитивним чи негативним ставленням до книги і її автора» [2, с. 97]. Серед чинників впливу — рівень цікавості книги, відповідність її очікуванням, можливостям читача, особливостям його проникнення у текст, осягнення його смислів. Універсальною умовою згоди читача він назвав логічну, психологічну переконливість книги, маючи на увазі книгу наукову.

Дослідження С. Вальдгарда приваблює, якщо відмежуватися від ідеологічних аспектів, баченням єдності психологічного і соціального у читацькій роботі індивіда. Багатьма якостями його спостереження, міркування вписуються і в систему знань із видавничого маркетингу, психологічно увиразнюючи картину можливостей і ризиків діяльності.

Незважаючи на щільні атаки на бібліопсихологію у перші десятиліття ХХ ст., непоодинокі випадки проти неї в подальші роки і навіть тепер [3, с. 34—37], її ідеї виявилися живучими в пов'язаній із книжністю науці. Відлунують вони без посилань на М. Рубакіна в літературознавчих концепціях читання, особливо модерної і постмодерної епох. Урахування їх прислужиться у реалізації нішевих стратегій, роботі з масовим видавничим продуктом. За будь-якого стратегічного вибору його суб'єкту доведеться подолати шлях, етапами якого будуть: пошук, ідентифікація, аналіз унікального, специфічного чи універсального в ментальних структурах, досвіді (мнемі) індивідуального, групового і масового читача; прогнозування його інтенцій і горизонтів сподівань; аналіз співмірності їм авторських інтенцій і наративів; концептуалізація видавничої стратегії, проектування і реалізація узгоджених із нею субстратегій.

1. *Барякина Э. В.* Справочник писателя: Как написать и издать успешную книгу / Э. В. Барякина. — М. : ИД «Университетская книга», 2009. — 196 с. — (Школа издательского бизнеса).
2. *Вальдгард С. Л.* Очерки психологии чтения / С. Л. Вальдгард. — СПб. : Изд-во РНБ, 2010. — 136 с. — (Библиотека «Изучая прошлое — создаем будущее»; вып. 2).
3. *Гречихин А.* Социология и психология чтения : учеб. пособ. для вузов / А. Гречихин. — М. : МГУП, 2007. — 383 с.
4. *Зимина Л. В.* Современные издательские стратегии: от традиционного книгоиздания до сетевых технологий культурной памяти / Л. В. Зимина. — М. : Наука, 2004. — 274 с.

5. *Куфаев М. П.* Книга в процессе общения / М. П. Куфаев // Куфаев М. П. Проблемы философии книги. Книга в процессе общения. — М. : Наука, 2004. — 188 с.
6. *Куфаев М. П.* Проблемы философии книги / М. П. Куфаев // Куфаев М. П. Проблемы философии книги. Книга в процессе общения. — М. : Наука, 2004. — 188 с.
7. *Рубакин Н. А.* Психология читателя и книги. Краткое введение в библиологическую психологию / Н. А. Рубакин. — М. : Книга, 1977. — 264 с.

Тетяна Дзюба

«ХТО ПРИ СЛОВІ «УКРАЇНА» ШАПКУ ЗНІМЕ?»
(До проблеми функціонування етноніма «Україна»
в інформаційно-комунікаційному просторі
другої половини ХІХ — першої третини ХХ ст.)

У статті з'ясовуються ідейно-сміслові рівні, функціональне навантаження, модус етноніма «Україна» у публіцистичному масиві другої половини ХІХ — першої третини ХХ ст. Увіразняються його націєтворчі інтенції.

Ключові слова: *етнонім, періодика, псевдонім, національна само-тотожність, публіцистика.*

В статье исследуются идейно-семантические уровни, функции, модус этнонима «Украина» в публицистических текстах второй половины ХІХ — первой трети ХХ вв. Подчеркиваются его нациосозидательные интенции.

Ключевые слова: *этноним, периодика, псевдоним, национальная идентичность, публицистика.*

The article deals with the ideological and meaning levels, functional load, modus of the ethnonym «Ukraine» in the publicistic array of the second half of the 19th — the first third of the 20th century. Its nation forming intentions are emphasized.

Key words: *ethnonym, periodicals, pen-name, national identity, publicism.*

Актуальність дослідження. У контексті зацікавлення національною ідентичністю, пов'язаним із визначенням перспектив існування держав-націй, глобалізаційними світовими процесами, експансією у медійному просторі цінностей європейської та панросійської колек-