

Л. В. Завгородня

УДК 070.316.77:159.946.4.006.74

Типологія читача як комунікативно-теоретична проблема

У статті розкрито загальну сутність категорії читача під кутом зору різних наукових підходів, передусім теорії комунікації, соціології, психології, поетики, рецептивної теорії, герменевтики. Запропоновано систематику типів читача з урахуванням закордонного й українського досвіду її вивчення.

Ключові слова: комунікація, читач, типологія.

The article deals with the category of reader. The given category is examined from the point of view of the communication theory, sociology, psychology, poetics, theory of reception and hermeneutics. The article proposes classification of the types of readers based on foreign and Ukrainian investigations.

Key words: communication, a reader, typology.

Досліджувана тема надто широка і серйозна, щоб її можна було б осмислити з належною глибиною в межах однієї студії, до того ж, студії специфічного наукового жанру. Однак, дотримуючись його законів, окреслимо бодай контурно магістральні напрями можливої розбудови інтегративної теорії типології читача.

Необхідність порушення й часткового розв'язання означеної проблеми диктується не лише її теоретичною значущістю, а й практичними потребами моменту. Передовсім ідеться про всебічне, комплексне, планомірне вивчення категорії читача спільними зусиллями представників різних філологічних дисциплін, тим паче, що багато в цій царині вже зроблено й робиться як закордонними, так і українськими вченими [1, 145–154]. Утім чимало що з цього досвіду потребує подальшого вивчення, аналітичного узагальнення, ретельної систематики, а то й верифікації в контексті різних методологічних підходів, вироблених світовою інтелектуальною думкою. Важливо також ґрунтовно опрацювати здобутки наших земляків – Олександра Потебні та його школи (Д. Овсянико-Куликовського, А. Горнфельда), І. Франка, Б. Грінченка, М. Драгоманова, О. Білецького, котрі заклали підвалини дослідження природи й соціології читання.

Категорія читача, як відомо, настільки містка, настільки багатогранна, що потребує одночасного осягнення в різних площинах: герменевтичній, рецептивній, феноменологічній, структуральній, емпірико-соціологічній (соціологія читачьких інтересів, запитів, смаків), психологічній, семіотичній та комунікативно-теоретичній.

Перед тим, як описати систематику типів читачів, спробуємо дати більш-менш загальне визначення сутності самого терміна "читач". Як виявилось, зробити це не так уже й просто. Складність реалізації цього завдання пов'язана з тим, що читач вивчаєть-

ся різними галузями сучасної філології. Зрозуміло, що кожна з них пропонує власну дефініцію читача з урахуванням специфіки його функціонування в матеріалі тої чи тої науки. Та все ж, попри очевидну різницю в трактуваннях зазначеного поняття, спостерігається певний стійкий смисл у його семантичному обсязі. Це стало змістове ядро включає в себе три компоненти:

1. Читач як споживач літературної (у широкому розумінні цього слова) продукції – результату авторської праці, зафіксованого на писемних (рукописних і друкованих) носіях інформації. "Будь-яка культура, – зауважує професор університету Дюка, відомий західний русист Є. Добренко, – народжується із взаємодії продукції та її споживачів, у процесі цієї взаємодії, "притираючись" один до одного, вони "шліфуються" й набувають тієї "своєрідності", яку дослідник прагне зрозуміти як логіку й механізм цієї культури" [2, 11]. Звідси читач-споживач є предметом інтересу щонайперше культурологічних та соціологічних галузей знання. В їх рамках при вивченні категорії читача застосовують функціонально-соціологічний аналіз. Соціологічний аналіз, з одного боку, забезпечує надійною емпіричною базою теоретичні науки, з іншого – виробляє важливі методологічні засади дослідження читачької аудиторії.

2. Читач як об'єкт навісного і ненавісного, прямого і непрямого, а нерідко й маніпулятивного впливу за допомогою закладеної в тексті інформації та спеціально організованої його структури. При цьому матеріалами впливу є свідомі й несвідомі сфери психіки читача, зокрема настанови, стереотипи, горизонти сподівань (читачькі очікування).

Подібне уявлення про читача впливає із самої двосторонньої природи тексту як повідомлення (знака в знакової системі культури), що виконує дві взаємопов'язані функції – інформативну й впливову, а також із особливостей психології сприймання люди-

ною будь-якої інформації. "Прийняття практично всієї інформації, яка надходить до нас із зовнішнього світу, супроводжується певними внутрішніми переживаннями. Повторюваність закріплює зв'язки інформації та емоцій, певний зміст породжує певне переживання. У свідомості формується відповідність між емоціями і смисловою інформацією, причому емоції стають носієм і/або джерелом інформації", — вважає В. Кухаренко [3, 5].

Слід зазначити, що у внутрішній структурі тексту співвідношення між інформаційним і впливовим навантаженням її елементів обумовлено жанровою належністю твору. Високим впливовим потенціалом володіють твори художньої літератури, трохи слабшим — твори публіцистики, найнижчим — твори наукової прози. Крім того, вплив творів тої чи тої жанрової групи має різну кінцеву мету — відповідно викликати естетичну реакцію, сформувати суспільну думку, переконати в правильності висунутої гіпотези, слушності розв'язання проблеми. З огляду на це неоднаковими будуть ступінь активності читачів творів кожної із зазначених груп, їх роль у творенні смислу повідомлення.

Впливова грань процесу читання цікавить передовсім психологію, теорію комунікації, теорію інформації та рецептивну поетику. Під останньою розуміють систему засобів (техніку), за допомогою яких і здійснюється вплив. "Коли говоримо про рецептивну поетику, — зазначає Р. Гром'як, — то зосереджуємо увагу на одній з ланок комунікативної системи: автор (передавач інформації) — суспільно-естетична ситуація (умови комунікації) — текст твору як знакова система (комунікат) — читач (сприймач інформації), а саме на структурі тексту твору, породженій його автором, який певним чином орієнтується на <...> адресата" [4, 161–162]. Ураховуючи той факт, що читач несе в собі не тільки репродуктивне, а й творче начало, рецептивна поетика робить акцент на способах активізації та підтримування процесу читання і, таким чином, є перспективним напрямом у розвитку текстознавства.

3. Читач як суб'єкт сприймання, інтерпретації та розуміння тексту. Таке трактування поняття "читач" відводить йому надзвичайно вагоме місце в комунікативному акті. Згідно з цим місцем читач, як і автор, виступає виробником смислів шляхом їх відтворення, творення, співтворення. Міра участі читача в породженні смислів знову ж таки прямо залежить від структури тексту, а саме від її відкритості (У. Еко), або закритості, схематичності або повноти (Р. Інгарден). Твір з відкритою структурою характеризується смисловою незавершеністю при одночасній формовій цілісності й досконалості. Тому він стимулює різні прочитання, заохочує читача до активного смислотворення, чого не можна сказати про закритий твір з його однозначністю. Але не допусти-

мо тлумачити відкритість твору в такий спосіб, нібито твір узагалі не має смислу, що єдине джерело смислу — читач. "...Відкритість, — зауважує У. Еко, — зовсім не передбачає "невизначеності" повідомлення, "нескінченних" можливостей форми, свободи "споживання". Існує тільки сукупність розв'язків сприйняття, які визначені та зумовлені так, що виконавча реакція читача ніколи не уникає контролю автора" [5, 410–411]. Відкритість чи схематичність твору вимагає не звичайного читання, а читання-інтерпретації, читання-діалогу як продуктивних шляхів надання смислу висловлюванням, їх розуміння. Отже, тут категорія читача входить у дослідницьке поле рецептивної теорії та герменевтики.

Безперечно, застосування інструментарію різноманітних підходів до феномену читача відбивається не лише у його численних експлікаціях, а й у класифікаційних критеріях. До цього додаються ще й індивідуально-авторські номінації певного типу читача і його пояснення. Однак це не означає, що теоретична побудова більш-менш універсальної типології читача неможлива загалом. Хоча, звісно, дослідник зіткнеться тут з низкою труднощів і не убезпечить себе від критичних закидів щодо неповноти класифікаційної схеми, змішування різних критеріїв і т. ін. Та все ж спробуємо здійснити подібну типологізацію, враховуючи вже вироблені на сьогодні наукою моделі читача. Варто зазначити, що з-поміж інших найменувань осіб, котрі читають, як-от реципієнт, адресат, сприймач, одержувач інформації, сприймальна свідомість, зрештою, аудиторія й публіка — ми віддаємо перевагу поняттю "читач" як такому, що поєднує в собі і споживацький, і впливовий, й інтерпретаційний аспекти саме акту читання.

Оскільки читач як суб'єкт може бути явно присутнім — конкретизованим і локалізованим — у тексті твору або ж перебувати поза текстовою реальністю, то розрізняють відповідно читача у творі та гіпотетичного читача. Перший тип читача є одним із образів твору (поряд із образом автора), тобто його внутрішнім компонентом. До нього автор звертається, веде з ним діалог, відтворює його думки і слова, розмірковує про нього. Другий тип читача лише гіпотетично закладений автором у свій твір. Це, по суті, читач-адресат, який неявно присутній у тексті. Треба наголосити, що існує двояке витлумачення читача-адресата: як цільового "споживача" повідомлення, який "сприймає повідомлення і відповідно до своїх когнітивних стратегій і конкретних умов інтерпретує повідомлення адресата" [6, 52], і як представника читацької аудиторії певної епохи, конкретно-історичної ситуації. За термінологією Констанської школи рецепції, це імпліцитний читач (Вольфганг Ізер), або внутрішній реципієнт, на якого автор свідомо чи несвідомо орієнтується. Цим самим підкреслюється "історичність" читача, котрий прочитує текст з певно-

го історичного горизонту, тобто із конкретного місця й часу. Імплицитний читач зумовлює особливості побудови текстів на різних історичних відтинках. Близьким до ізерівського поняття імплицитного читача видається поняття публіки, запропоноване свого часу В. Белінським. Публікою відомий російський критик називав "щось єдине", "одиничну особистість, "що історично розвивається, з певним спрямуванням, смаком, поглядом на речі" [7]. Аби автора змогли почути, він мусить неодмінно орієнтуватися на публіку, бо той, хто зневажає "натовп", "ризикуючи бути єдиним читачем своїх творів" [7]. Водночас, як твердить В. Белінський, автори мають вести за собою публіку, формувати її, підіймати до рівня своїх творів.

Немає, мабуть, такого автора, який не мріяв би про читача, здатного максимально повно схопити явні й приховані смисли тексту, адекватно сприйняти й зрозуміти його зміст і втілену в ньому авторську концепцію. У такому випадку мають на увазі ідеального (абстрактного) читача, найчастіше читача-співбесідника. На думку Я. Лінтвельта, якраз абстрактний читач спроможний конкретизувати загальний смисл твору в процесі активного прочитання [8, 100]. Але зазвичай автор має справу із реальним читачем. Він несе в собі певні настанови і стереотипи сприймання тих чи тих текстів. Ці настанови можуть збігатися з авторськими або мати з ними розбіжності. Однак, як би там не було, автор зважає на них, щоб забезпечити успіх комунікації.

Своєрідним "гібридом" ідеального (абстрактного) і реального читача є так званий поінформований читач, якого описав С. Фіш, один із чільних адептів критики читачької реакції (відгуку) — американського варіанта теорії рецепції твору. Свою назву "поінформований читач" дістав через те, що він володіє компетенцією та інформацією, необхідними для адекватного відтворення і творення значення тексту. Аналогами поінформованого читача є також поняття "взірцевий читач", обґрунтоване У. Еко в контексті його концепції відкритого твору, і поняття "архічитач", запропоноване М. Ріффатером у книзі "Есе зі структуральної стилістики" (1971). І "взірцевий читач", і "архічитач" заступають узвичаєне поняття "середній читач". Терміни У. Еко і М. Ріффатера позначають, з одного боку, читача віддаленого від поверхового декодування, з іншого — читача відмінного від "надчитача", який привносить у текст свою культуру, вишукану ерудицію, нерідко ігноруючи при цьому авторський первісний смисл.

Залежно від рівня текстознавчої компетенції реципієнта, його фахової підготовки, культури читання, сфери діяльності, спеціальної спрямованості процесу читання можна виокремити такі читачькі типи: читач-професіонал, зокрема читач-критик, читач-ама-

тор, звичайний читач. Зрозуміла річ, що кожен із виділених типів по-різному опрацьовуватиме текст, з неоднаковою глибиною проникатиме у зміст твору, зрештою, матиме різні наслідки від прочитання.

І останнє. Кожен адресант (якщо це, звичайно, не автор щоденникових записів, який "має за адресата самого себе, тільки в іншій координаті часу і простору" [9, 59]) орієнтується на певне коло читачів з його інтересами, запитамі, уподобаннями, сподіваннями, особливостями сприймання текстів. Це коло може охоплювати як масову аудиторію, репрезентовану так званим масовим читачем, так і аудиторію, кількісно обмежену, представлену спеціальним читачем, поміж ним і читачем-професіоналом.

Отже, проведене, так би мовити, великим планом дослідження категорії читача з метою диференційованого опису читачької аудиторії показує, по-перше, семантичну, структурну, функціональну й типологічну неоднорідність самого феномену читача і зумовлені цим розмаїті підходи до його осягнення; по-друге, переконує в тому, що читач — не лише завершальна ланка й результат комунікації, а й початок її; по-третє, читач становить собою і об'єкт діяльності комунікатора, і його рівноправний суб'єкт, від якого залежить вибір продукту споживання, його сприйняття й оцінка, адекватність інтерпретації та розуміння, активність чи пасивність при виробленні смислу, врешті-решт, прийняття чи неприйняття думки автора.

1. *Іванов В. Ф.* Соціологія журналістики: Навч. посіб. для студ. Ін-ту журналістики. — К.: РВЦ "Київський університет", 1998. — 239 с.
2. *Добренко Е.* Формовка советского читателя. Социальные и эстетические предпосылки рецепции советской литературы. — С.Пб.: Академический проект, 1997. — 321 с.
3. *Кухаренко В. А.* Интерпретация текста : Учеб. пособие. — 2-е изд., перераб. — М.: Просвещение, 1988. — 192 с.
4. *Гром'як Р. Т.* Історія української літературної критики (від початків до кінця XIX століття): Посіб. — Тернопіль: Підручники і посібники, 1999. — 224 с.
5. *Еко У.* Поетика відкритого твору // Слово. Знак. Дискурс: Антологія світової літературно-критичної думки XX ст. / За ред. М. Зубрицької. — Львів: Літопис, 1996. — С. 408—419.
6. *Бацевич Ф. С.* Основи комунікативної лінгвістики: Підруч. — К.: Вид. центр "Академія", 2004. — 344 с.
7. *Белинский В. Г.* Полное собрание сочинений: В 13 т. — М.; Л.: АН СССР, 1953—1959. — Т. 4. — С. 426; Т. 7. — С. 345.
8. *Ильин И. П.* Постмодернизм: Словарь терминов. — М.: ИНИОН РАН — INTRADA, 2001. — 385 с.
9. *Почепцов Г. Г.* Теорія комунікації. — 2-ге вид., доповн. — К.: РВЦ "Київський університет", 1999. — 308 с.