

Коммуникативные практики стимулирования читательской деятельности: в поисках утраченного гуманитарного смысла

Для современного этапа развития книжного процесса характерны кризисные явления, отражающие такие проблемы общественной жизни, как утрата моральных ценностей, рост социального нигилизма, разобщенности, потребительского отношения к человеку, потеря функции социальной ответственности. Дегуманизация общества проявляет себя в росте насилия со стороны властных структур, повышении роли бюрократической элиты в управлении, абсолютизации формальных критериев оценки деятельности различных организаций и учреждений. Грустными приметами нашего времени являются и утрата солидарности внутри профессионального сообщества, между социальными партнерами, тотальное отчуждение от коллег, адресатов деятельности и собственного труда. Создается ощущение, что человек перестал быть ценностью. главным мерилем всех преобразований; он технологически рассматривается как средство решения финансовых, маркетинговых, политических и иных проблем.

Дегуманизация не могла не затронуть инфраструктуру поддержки и развития чтения; читатель как основной адресат книжного процесса сместился на периферию профессионального сознания. Немного сгустив краски, отметим, что литераторы озабочены преимущественно реализацией своих книг, бьются за рейтинги и премии, издатели решают проблемы прибыльности собственного бизнеса, специалисты книжной торговли озабочены экономической эффективностью книгораспространения. В библиотечной среде активно обсуждаются проблемы выживания библиотек в цифровую эпоху, технологические преобразования; в школы и вузы спускаются образовательные стандарты и иные инструктивно-директивные материалы, не просто игнорирующие, а уничтожающие гуманистическое содержание педагогической и библиотечной профессий.

Анализ содержания полемики, которая в последние годы ведется между различными участниками книжного процесса на страницах профессиональной печати и в Интернете, показал, что сейчас ключевое слово взаимодействия различных участников книжного процесса – «против». Издатели выступают против традиционных и электронных библиотек, а также против «книжных пиратов» и читателей, библиотеки – против издателей, читатели – против издателей и т.д. Правомерно возникает вопрос: а кто «за» – читателя, человека, который в духе терминологии общества потребления все чаще именуется пользователем, потребителем, клиентом? Кто озабочен человеком, ради которого вроде бы и осуществляется книжный процесс? Чтобы попытаться ответить на этот вопрос, рассмотрим книжный процесс как коммуникационное взаимодействие, которое во многом определяется представлениями о читателе, бытующими на линиях «автор-читатель», «издатель-читатель», «книжная торговля-читатель», «библиотека-читатель».

Коммуникация на линии «автор-читатель» протекает в основном латентно, являясь фактом писательского сознания, лишь иногда – в виде явного диалога с конкретным читателем, группой или массой. Представляется достаточно очевидным, что соответствующие представления в полной мере выявить практически невозможно: они подвижны, текучи, отражаются как в тексте произведения, так и в высказываниях о читателе, реализуются в реальной практике непосредственных коммуникаций. Тем не менее, слов случайных не бывает. С целью выявления наиболее характерных высказываний современных писателей выполнен анализ материалов интервью в бумажных периодических изданиях и сетевом пространстве. Выяснилось, что представления писателей на протяжении последнего столетия претерпели существенную трансформацию; например, для И. Эренбурга, М. Шолохова, М. Горького было характерно ощущение долга перед читателями, стремление им помочь; современные писатели старшего поколения – А. Битов, В. Распутин, Ф. Искандер, А. и Б. Стругацкие, Л. Улицкая, считали необходимым дать читателю точку опоры, надежду, помочь ему на пути движения к свету и добру. На этом фоне шокирующее впечатление производят высказывания некоторых современных авторов: А. Иличевский рассматривает повышение уровня читателей как важнейшее условие создания рынка для писателей; В. Пелевин заявляет, что он ни перед кем не ответственен; Э. Лимонов утверждает, что о читателях вообще никогда не думает, они ему неинтересны; В. Орлова читателей не принимает в расчет; Г. Садуллаев уверен, что у общества нет потребности в чтении, и литература не должна идти в народ. Такая позиция – писатель никому и ничего не должен – порождает отчуждение между авторами и читателями, подрывает доверие к литературному творчеству.

Социально-коммуникационные институты книжного дела, осуществляющие публикацию и распространение текстов, интересуются читателем преимущественно как средством повышения рентабельности собственной деятельности. Об этом свидетельствует, прежде всего, нешуточная борьба, которая идет вокруг поправок к 4-й статье ГК. Поправки издателей к 4-й статье ГК сводятся к тому, чтобы отяготить жизнь всех участников книжного процесса: авторам усложнить свободное распоряжение своими правами, сферу общественного доступа к литературным источникам ни в коем случае не расширять, а еще лучше – ограничить. Создается впечатление, что для современных российских издателей центральная проблема – борьба с «книжным пиратством», в котором обвиняются и библиотеки. В результате отношения издателей, библиотек и читателей приняли достаточно напряженный характер. Интернет пестрит заголовками-лозунгами: «Издатели против читателя!», «Издатели ничего не хотят делать!» и т. д.

Анализ текстов, принадлежащих издателям в журнале «Книжная индустрия», показал, что они рассматривают читателя преимущественно как средство решения собственных финансовых проблем, анализируют его поведение в привязке к проблеме сбыта печатной продукции. Их размышления о читателе связаны в основном с тем, готов ли он платить за то или иное издание, ориентируется ли на бренд, выбирает или не выбирает тот или иной продукт; для

издателей это человек, возможности которого определяют ценообразование, приоритеты ассортиментной политики и т. д. Чаще всего рассматривается такая цепочка проблем: люди покупают – люди не покупают – люди покупают, но мало, что нужно сделать, чтобы покупали больше и т.д. Для страны, которая знала издателей, преследовавших высокие просветительские цели – Н. И. Новикова, П. П. Бекетова, Н. П. Румянцева, И. Ф. Смирдина, Ф. Ф. Павленкова, И. Д. Сытина, сугубо коммерческий подход к взаимодействию с читателями представляется нонсенсом.

После разрушения отлаженной системы книгораспространения, которая была характерна для советского периода, большинство предприятий книжной торговли руководствуются исключительно принципом экономической целесообразности, что больно ударило по потребностям читателей, особенно – живущих в провинции. Львиная доля книгоиздательской продукции оседает в Москве и Санкт-Петербурге, что обрекает нестоличного читателя на пестрый, но скудный ассортимент преимущественно развлекательной литературной продукции. Ущербность современной модели книгораспространения проявилась и в том, что книжные магазины, в том числе крупные сетевые, терпят убытки; сети ликвидируются, отдельные магазины вынуждены заниматься распродажей собственного ассортимента.

На этом фоне приятным диссонансом выглядят социально ответственные издательства и книготорговые предприятия, ставящие по главу угла не столько извлечение прибыли, сколько просветительскую, гуманитарную деятельность. В этой связи можно назвать популярнейший Интернет-магазин Литрес, для которого характерно стремление дать читателю именно то, что ему нужно, развивать сервис по принципу «все для читателя». Создатели «Альянса независимых издателей и книгораспространителей» стремятся не спасти корпоративную книжную индустрию, а создать в России параллельное книжное пространство, где книга перестала бы быть только развлечением или товаром; его сверхзадача – расширение круга читателей, создание более дружественной атмосферы вокруг процесса чтения, налаживание коммуникации между центром и регионами, повсеместное развитие книжной торговли, охват всей территории страны культурно-просветительской деятельностью в сфере книжного обращения. Главная цель, которую поставили перед собой создатели объединения, они обозначил как «антропологический поворот», то есть развитие книги в качестве антропогенного (человекообразующего) и социогенного (обществообразующего) фактора.

Крупные сетевые магазины, которые рассматривают книжную торговлю исключительно как один из видов ритейла, терпят крах, в то время как книготорговые предприятия, осознающие себя территорией культуры, становятся все более востребованными. Это, в первую очередь, «Библио-глобус» (Москва), петербургская книжная сеть «Буквояд», работающие практически как культурные центры, являя собой синтез магазина и клуба. Успешными стали книжные магазины, ориентированные на людей, нацеленные на образовательные, развивающие цели чтения: «Фаланстер» (Москва), «Пиотровский» (Пермь).

Современная библиотека как важнейший институт инфраструктуры поддержки и развития чтения переживает затяжной, системный кризис, во многом спровоцированный властными структурами. Среди самых острых проблем – невостребованность читателями, что отражается в падении показателей посещаемости библиотек, несоответствии фондов и услуг запросам населения. К сожалению, профессиональное библиотечное сообщество в целом оказалось неготовым к переосмыслению своего места в социуме, выстраиванию полноценного диалога с читателями. Несмотря на то, что РБА объявила в качестве своей мировоззренческой основы гуманизм – систему ценностей и принципов, в центре которой находится человек как наивысшая ценность, читатель так и не стал центральной фигурой профессионального сознания библиотечных специалистов. Об этом, в частности, свидетельствуют тематика библиотечно-библиографических исследований, содержание профессиональной печати, учебного процесса в вузах культуры и системе дополнительного профессионального образования. Очевидным следствием такой ситуации является сужение круга специалистов, углубленно исследующих проблемы чтения и читательской деятельности.

В современных условиях наиболее прогрессивной представляется идеология библиотеки WEB 2.0., в соответствии с которой в центре внимания находится не носитель информации, а читатель как полноправный участник библиотечного процесса, использующий и создающий ресурсы в интерактивном режиме. Практика показывает, что наиболее востребованными оказываются библиотеки, ориентированные на идею приоритетности читателей и его потребностей: это Российская государственная молодежная библиотека, Рязанская областная универсальная научная библиотека, Свердловская областная детско-юношеская библиотека и др. Названные учреждения используют новые возможности, связанные с электронными технологиями, справедливо полагая, что они – только средство решения проблемы оказания всемерной помощи читателю, создания для него максимально благоприятных условий. Это не сервисный подход («клиент всегда прав!»), а гуманистически ориентированная идеология читателецентризма, сформулированная полтора столетия назад Н. А. Рубакиным (симптоматично, что юбилей выдающегося библиотековеда, писателя, библиографа, просветителя, основателя библиопсихологии) остался незамеченным профессиональным сообществом). Ученый последовательно развивал идеологию книжного дела, которая подразумевает служение читателю, создание наилучших условий для его саморазвития, раскрытия индивидуальности и выявления творческого потенциала.

Крайне болезненная тема – состояние читателеведческой подготовки будущих библиотекарей-библиографов, издателей и деятелей книжной торговли, которые по роду своей деятельности обязаны транслировать гуманистические смыслы на каждом участке книжного процесса. К сожалению, образовательные стандарты третьего поколения, предусматривающие подготовку специалистов книжно-библиотечного дела в высшей школе, не предполагают изучение круга вопросов, связанных с читателем и его деятельностью, особенностями читательской деятельности детей. Психология и педагогика объединены в один

курс, представлены в стандарте одной строкой. В базовой части образовательного стандарта учебных дисциплин, содержащих слова «чтение», «читатель», «дети», попросту нет, что затрудняет включение соответствующих учебных курсов в вариативную часть, ибо она является производной от базовой. В этой связи уместно вспомнить, что, по свидетельству С.Л. Вальдгарда, в 20-30-е гг. XX столетия в нашей стране на Заочных высших образовательных курсах библиотекарей профилированному изучению педагогики и психологии был посвящен практически весь первый год обучения, потому что главным в библиотечной профессии считалось грамотное, гуманистически ориентированное взаимодействие с читателями.

Думается, что именно сейчас настал момент, когда необходимо обратиться к гуманистическим смыслам, заложенным нашими великими предшественниками: Н.А. Рубакиным, Н.Ф. Федоровым, М.Н. Куфаевым, Б.В. Банком, Л.Б. Хавкиной, С.Л. Вальдгардом, А.М. Топоровым. Состояние книжно-библиотечного дела в начале второго десятилетия XXI века позволяет утверждать, что настал момент, когда эти смыслы должны пережить праздник своего воскрешения. Сейчас воскрешением гуманистических смыслов библиотечной деятельности, их переосмыслением в контексте техногенной цивилизации занимается живая легенда нашего дела – А. В. Соколов, выпустивший в текущем году замечательную книгу «Библиотека и гуманизм».

Выход из затяжного кризиса, гармонизация взаимодействия с читателями невозможны без переосмысления общественной сути книжного процесса, расстановке приоритетов деятельности в соответствии с гуманистической идеологией, что требует существенной коррекции профессионального сознания занятых в нем специалистов.

Сведения об авторе:

Аскарова Виолетта Яковлевна. доктор филол. наук, проф., зав. кафедрой библиотечно-информационной деятельности ЧГАКИ.