



УДК: 314.151.3-054.72:[077:316]]

DOI: 10.36273/2076-9555.2021.7(300).46-52

Георгій Богданов,
здобувач КНУКіМ,
e-mail: bogdanov.georgiy@mail.ru

Основні етапи вивчення й типологізації читачів у Німеччині у ХХ—ХХІ століттях

Є три типи читачів: ті, що беззастережно насолоджуються,
ті, що осуджують, не отримавши насолоди... середній тип —
ті, що поєднують насолоду з осудженням та навпаки...

Й. В. Гете (з листа)

Стаття має міждисциплінарний характер і перебуває на межі читачезнавства, історії бібліотечної справи, психології, літературознавства та окремих профільних напрямів соціології, зокрема соціології читання, соціології віку та соціології міграції. Автор дослідив процес розвитку теорії типології читачів у Німеччині впродовж останнього століття. Основну увагу приділено описові наукових концепцій, розроблених після Другої світової війни.

У статті подано загальну характеристику численних соціологічних студій, проведених протягом останніх 60 років, за результатами яких можна зробити висновки, що належність особи до певної групи читачів є наслідком впливу низки демографічних, освітніх, політичних і соціальних чинників. Значну увагу приділено описові психологічних факторів, що визначають належність особи до відповідної типологічної групи читачів. Під час вивчення результатів соціологічних, літературознавчих і бібліотечнознавчих досліджень читання було встановлено, що до підгрупи психологічних чинників належать літературні смаки індивіда, звичка читати, а також рівень зацікавленості та вплив оточення.

Автор запропонував варіант типології читачів-мігрантів з урахуванням шляху інтеграції, який вони обрали, їхніх інформаційних, соціальних і психологічних потреб, а також ставлення до читання художньої літератури рідною й іноземними мовами. Автор дійшов висновку, що проблема типології певних груп читачів, зокрема мігрантів і молоді, досі залишається недостатньо вивченою та потребує подальшого розгляду. Актуальним напрямом досліджень у галузі типології читачів за сучасних умов також є вплив інтернету та електронних ЗМІ, що призводить до реструктуризації наявних груп.

Ключові слова: читання; читач; читачезнавство; типологія читачів; інформаційні потреби; соціологічні дослідження; мігранти; Німеччина

Постановка проблеми. Проблемою, порушеною у статті, є історичний огляд розвитку типологій читачів у Німеччині впродовж останнього століття, починаючи від періоду Веймарської республіки. Особливу увагу приділено генезису численних типологій читачів після 1945 р., підґрунтям яких стали такі аспекти, як психологічне ставлення до процесу читання у представників різних груп населення (вікових, соціальних тощо), рейтинг читання як форми проведення дозволя, зокрема за умов поширення інтернету та новітніх ЗМІ. На прикладі серійних видань художньої літератури також висвітлено типологію читачів-мігрантів, підґрунтям якої є ставлення особи до читання художньої літератури країни походження в оригіналі та в перекладі німецькою мовою.

Аналіз попередніх досліджень і публікацій. Дослідження в галузі типології читачів (а останнім часом також користувачів інтернету та соціальних медіа) проводять у Німеччині вже понад століття, зокрема найвідоміші профільні студії здійснюють установи як міжнародного (Фонд Бертельсманна), так і державного (Інститут демоскопії, концерн "Шелл", Національне товариство книжкової торгівлі) рівнів, а також відомі некомерційні (громадські) організації, як-от Фонд "Читання".

Після 1945 р. об'єктами соціологічних досліджень стали такі аспекти, як ставлення до читання загалом і

його інтенсивність у представників різних груп населення (соціальних, вікових, професійних), їхні вполювання, рівень освіти тощо [6]. Водночас недостатньо з'ясованими залишаються питання типології читачів, які користуються не лише друкованими, а й електронними ЗМІ, а також читачів-мігрантів різних груп і категорій, котрих вивчають лише в межах досліджень імміграції [15].

Метою статті є огляд бібліотечнознавчих, а також профільних соціологічних досліджень, що були проведені в Німеччині в ХХ—ХХІ ст. і пов'язані з питаннями вивчення та подальшої класифікації читачів з огляду на їхнє ставлення до процесів читання та використання ЗМІ.

Крім того, стаття має на меті подання загальної структури типології читачів-мігрантів, базовою ознакою якої є ставлення до читання книг відповідними мовами за умов еміграції.

Виклад основного матеріалу дослідження. Хоча питання типології читачів було вперше побічно порушено ще два століття тому, теорія читачезнавства являла собою своєрідну terra incognita для науковців навіть на початку ХХ ст. Фундатором дослідження читачів у Німеччині вважають В. Гофманна (1879—1952), який студіював діяльність так званих народних бібліотек ще на початку 1910-х рр. і запропонував терміни "читачезнавство" та "вивчення інтересів". Надалі

провідною зіркою та висхідним пунктом для низки вагомих праць стала соціологічна школа з питань вивчення смаків англіста Л. Л. Шюкінга, який звертався до розгляду проблеми в історичному контексті й досліджував смаки крізь призму вчення про типи їх носіїв і законів сприйняття та впливу. У 1923 р. науковець оприлюднив дослідження "Соціологія виникнення літературного смаку".

Ще 1920 р. Г. Гессе вирізняв три специфічні типи читачів, а саме:

— найвний споживач, який сприймає книгу так само, як їдець страву;

— читач, який оцінює книгу за змістом і формою, а також знає про можливу омонімію / багатозначність слів;

— читач, який не хоче ані здобувати освіту, ані розважатися й користується книгою лише як окремим предметом буття, що слугує для нього лише початковим пунктом чи імпульсом [8; 9, с. 235—237].

Найвідоміші соціологічні дослідження, в яких багатоаспектно висвітлено питання типології читачів / користувачів ЗМІ після Другої світової війни, систематизовано в табл. 1 (вибірково; конкретного автора, методи дослідження, вік і кількість респондентів зазначено не завжди) [1, с. 88—92].

Таблиця 1

Соціологічні дослідження з питань типології читачів / користувачів ЗМІ після Другої світової війни

Рік	Заклад(-и)	Укладач(-и) та назва	Методи дослідження	Кількість і вік респондентів
1958	Інститут вивчення громадської думки Emnid, Фонд Бертельсманна (як окрему установу Emnid було ліквідовано 2016 р., того самого року він увійшов до складу "Групи Кантар" (Білефельд))	Р. Фронер "Книга в сучасному світі"	Вибірка	2 000
1964	Німецький Інститут вивчення громадської думки, Фонд Бертельсманна	"Книга та читання в Німеччині"	Випадкова вибірка	1 973
1967—1968	Інститут демоскопії, Німецьке товариство книжкової торгівлі	Г. Шмідтхен "Культура читання в Німеччині"	Опитування	Майже 2 000 осіб, старших за 16 років
1973	Інститут демоскопії, Німецьке товариство книжкової торгівлі	Г. Шмідтхен "Культура читання в Німеччині: розпад культури читання?"	Опитування, вибірка	2 000
1973	Інститут автоматки та комунікацій	Г. Майер. "Книга та читання 1973"	Опитування	2 025
1978	Інститут демоскопії	Е. Ноелле-Нойманн "Продавці та покупці книжок"	Вибірка	1 972
1978	Фонд Бертельсманна, Інфратест	"Поведінка у сфері комунікацій та книга"	Опитування (моніторинг)	2 015 осіб, старших за 18 років, та 821 особа віком 6—17 років
1986	Комісія з питань використання ЗМІ, Фонд Бертельсманна	"Молодь та ЗМІ"	Опитування	4 011 осіб віком 12—29 років
1986	Комісія з питань використання ЗМІ, Фонд Бертельсманна	Х. Бонфаделлі "Поведінка у сфері комунікацій та книга"	—	Особи 6—17 років
1987	Інститут демоскопії	Е. Ноелле-Нойманн, Р. Шульц "Типологія покупців та читачів"	Аналіз визначених факторів	2 044
1988	Інститут демоскопії, Міністерство з питань молоді, родини, жінок та охорони здоров'я	Р. Кехер "Родина та читання"	—	2 128
1992—1993	Фонд "Читання", Німецьке товариство книжкової торгівлі, Німецький бібліотечний інститут, Інститут автоматки та комунікацій	"Ставлення до читання в Німеччині у 1992—1993 роках"	Вибірка, польові дослідження	2 738 осіб, не молодших за 14 років

Рік	Заклад(-и)	Укладач(-и) та назва	Методи дослідження	Кількість і вік респондентів
1994	Німецьке товариство книжкової торгівлі	"Фактор успіху. Клієнти, що отримали задоволення"	—	2 000 відвідувачів книгарень та 1 000 продавців
1997	Німецьке товариство книжкової торгівлі	"Ринок майбутнього: електронні публікації"	Вибірка	3 735 осіб, не молодших за 14 років

Однією з найвідоміших студій із питань вивчення молоді стало дослідження Х. Гирла "Молодий читач", проведене понад 40 років тому. За його результатами, наприкінці 1970-х рр. було виокремлено чотири основні типи молодих читачів, а саме:

1. Функціонально-прагматичні читачі, які шукають у літературі конкретну змістову інформацію, що передусім сприяла б самоствердженню у професійному та громадському житті. Вирізняють три підгрупи:

— "нечитачі", які можуть читати, але не роблять цього;

— так звані "неграмотні, які читають" (самовизначення), коло читання яких обмежено низкою газет і журналів, переважно бульварного змісту;

— особи, які читають лише для забезпечення професійних, політичних, громадських потреб чи інтересів. Читання виконує своєрідну інтеграційну функцію.

2. Емоційно-фантастичні читачі, які насамперед прагнуть почуттів, емоційного збудження чи заспокоєння та надають перевагу літературі розважального й нетривіального змісту. Вирізняють два підтипи:

— пасивні читачі, які хочуть ознайомитись із сенсаційними подіями та прагнуть задоволення від життя;

— емоційно-фантастичні читачі у вузькому розумінні цього поняття, які шукають у літературі стимули для вдосконалення власного життя, а не суто фантастичний аспект.

3. Раціонально-інтелектуальні читачі, які схильні до читання наукової літератури та критичного розгляду явищ; з усього спектра романів і драм вони читають лише такі, що мають соціальне чи філософське підґрунтя, а детективи вважають джерелом розваги.

4. "Літературні" читачі, які виявляють інтерес до естетичного аспекту. За Х. Гирлом, кожен представник цього типу читає лише для власного задоволення й не прагне здобути інформацію з певної проблеми чи теми. Як і для емоційно-фантастичних читачів, процес читання слугує підґрунтям, на якому базуються почуття й переживання [4].

До найвідоміших досліджень з окресленої проблеми також належить опитування "Культура та засоби масової інформації", проведене 1989 р. Фондом Бертельсманна та Інститутом маркетингових досліджень за участі 3673 представників так званої *культурної публіки* [12]. За результатами опитування виокремлено такі групи читачів:

1. Особи, які не читають (майже 19% опитаних, переважно жінки). Виникнення та існування такої групи передбачив ще 1920 р. Г. Гессе у статті "Про читання книг": "...він зневажає Гете. Йому не потрібен Шекспір... Навіщо книжки? Невже він не має весь світ у собі?" [9, с. 239].

2. Особи, які вивчали літературу в школі, але наразі з нею не стикаються (приблизно третина респондентів, переважно чоловіки).

3. Читачі, які надають перевагу розважальній літературі (майже 16% опитаних, здебільшого освічені жінки середнього віку).

4. Читачі в контексті освіти, які опанували твори в межах шкільної програми, обізнані з класичною та сучасною літературою (приблизно 20% респондентів, домінує молоде покоління, а чоловіків більше, ніж жінок).

5. Знавці, які використовують різноманітні носії інформації, мають високий рівень освіти та читають усі жанри художньої літератури (11%).

У 1994—1995 рр. фахівці проводили порівняльні студії молодих читачів поколінь 1968—1969 рр. За результатами досліджень, читачі 1968 р. сформували власну інтелектуальну та афективну систему ставлення до всього й знали, що обирати: Маркса та Фрейда, Адорно, Маркузе й Габермаса, Райха та Мінерліха, журнали "Дзеркало" й "Конкрет", газету "Час", оскільки цю літературу та періодику тоді читали всі. Представники покоління кінця 1980-х рр. — так звані *діти суспільства ЗМІ та інформації* (У. Енґлер) — читали "Дзеркало" й "Час", а також журнали "Тижень", "Фокус" і численні мережеві медіа [17, с. 13—14].

У 1999 р. К. Франц, Б. Францманн, Ф.-Й. Пайхубер та Е. Шон провели дослідження "Література для обов'язкового читання та для розваги. Вплив шкільної програми та порад вчителів на читання на дозвіллі та використання юнацтвом ЗМІ у приватному житті", за результатами якого виокремили три типи читачів (дослідження проведено в червні—липні 1999 р., респонденти — 1699 школярів і 359 учителів німецької мови):

1. Особи, для яких читання є / стало звичкою.

2. Особи, які читають час від часу.

3. Особи, які мало читають або не читають взагалі.

Кожну з цих груп додатково поділили на дві підгрупи. Остаточним результатом теоретичної частини дослідження є типологія, наведена в табл. 2 [3, с. 214].

Типологія читачів (К. Франц, Б. Францманн, Ф.-Й. Пайхубер та Е. Шон)

Типологія читачів книг (три рівні класифікації)	Типологія читачів книг (шість рівнів класифікації)	
Особи, для яких читання є / стало звичкою	Особи, які багато читають: дуже міцний зв'язок із книгою	Особи, які читають: міцний зв'язок із книгою
Особи, які читають час від часу	Особи, які читають час від часу	Особи, які читають час від часу: зв'язок із книгою слабкіший
Особи, які мало читають або не читають взагалі	Особи, які мало читають: зв'язок із книгою слабкий	Особи, які не читають взагалі: зв'язку з книгою немає

На початку ХХІ ст. проведено численні комплексні дослідження читання, зокрема "Читання 2000" (за підтримки Фонду Бертельсманна) та "Ставлення до читання в Німеччині в новому тисячолітті" (під егідою журналу "Дзеркало"), що мали на меті вироблення типології читачів за ознакою "ставлення до читання" та здобуття відповідних статистичних даних щодо розвитку читання впродовж десятиліття. За результатами виокремлено чотири типи читачів (загальна кількість респондентів — 2530), а саме [2, с. 24; 13, с. 62—63]:

- особи, які рідко читають (далі — тип А);
- особи, які мало читають (далі — тип В);
- особи, інтенсивність читання яких є середньою (далі — тип С);
- особи, які багато читають (далі — тип Д).

У межах досліджень 1992 і 2000 рр. фахівці вивчали такі опції, як частота читання, кількість книг, прочитаних упродовж року, (само-)оцінка інтенсивності читання та роль читання як форми проведення дозвілля. Загальні результати вивчення типології читачів наведено в табл. 3 [2, с. 24].

Таблиця 3

Загальні результати вивчення типології читачів

Типи читачів	Рік	
	1992	2000
	%	
А	28	25
В	25	20
С	22	27
Д	25	28

Основними об'єктами дослідження 2001 р. стали читачі типів А та Д, які цікавляться подіями в окремих общинах, у країні та за кордоном, але насамперед приділяють увагу новинам дня, а також темам, інформацію з яких можна здобути за допомогою актуальних ЗМІ — газет чи телебачення, тоді як книгами користуються рідко.

Читачі типів А та Д різняться сімейним оточенням, бо до представників типу А, чиї батьки читали, належать 8% загальної кількості опитаних, а серед осіб типу Д таких вже 52%. Якщо обидва батьки не читали, то 47% дітей належать до типу А і лише 9% — до типу Д [13, с. 79].

Особливо чітко різниця між типами читачів А та Д виявляється під час вивчення безпосередніх інтересів їхніх представників. За результатами соціо-

логічних досліджень, майже 10% представників типу А та 44% представників типу Д мають різні інтереси. Приблизно 70% представників типу Д, ці "...ворогі добрих книжок та доброго смаку..." [7, с. 171], цікавляться мистецтвом, літературою, історією, питаннями світогляду, 60% — читають художню літературу, а 41% — книги з питань політики, техніки та інші спеціальні видання. Щодо структури груп осіб, які мають вузькі інтереси, то серед учасників налічувалося 15% представників типу А та 34% представників типу Д.

Передумовами належності носіїв певних інфо-потреб до типу Д є мотивація, ступінь соціалізації в родині, а також відповідний рівень освіти. За групами мотивації до читання співвідношення між читачами-представниками типів А та Д наведено в табл. 4 (дані 1999 р.) [13].

Таблиця 4

Співвідношення між читачами за групами мотивації

Мета діяльності	Представники типу А	Представники типу Д
	%	
Виконання конкретних завдань (роботи)	17	48
Здобуття інформації	26	36
Подальша освіта	30	33

За частотою звернення до окремих жанрів виділено кілька підгруп [13, с. 70—71]:

1. Читачі, які добре орієнтуються в літературі (9%) і надають перевагу класичним і сучасним творам, ліриці, історичним романам, а також біографіям, мемуарам, книгам із питань мистецтва й культури, розвитку країн і народів; переглядають фотоальбоми та альбоми мистецтв.

2. Читачі, які передусім шукають пригод (12%) та обирають пригодницькі романи, вестерни, жахи, кримінальні й шпигунські твори, наукову фантастику, фентезі, літературу, присвячену питанням охорони довкілля, техніці та комп'ютеру, а також темі грошей, права, податків.

3. 9% читають книги з питань політики, суспільного розвитку, економіки, охорони довкілля, техніки та комп'ютерних технологій, грошей, права та податків.

4. 14% надають перевагу довідникам і книгам порад, зокрема літературі з питань кулінарії, здоров'я, виховання дітей, партнерства, кохання, долі.

5. 9% обирають науково-популярні книги, присвячені ручній праці, хобі, тваринам, природі та мандрам.

6. 10% користуються шкільними, навчальними, професійними виданнями, а також довідниками як спеціальною літературою, читають книги для дітей та юнацтва.

У 2007 р. у межах заходів, присвячених Дню книги, було розроблено таку типологію читачів [16, с. 42—43]:

1. Особи, які загалом не схильні до читання та уявляють життя без книг (9%).

2. Нечитачі, які регулярно купують книжки, а вдома помічають, що не можуть їх читати, оскільки телепрограми приваблюють більше (2%).

3. Особи, які читають час від часу: студенти, яким не вистачає грошей на книги, або особи, які настільки занурилися у професійне життя, що не мають достатньо часу для розв'язання побутових проблем (36%).

4. Особи, які багато читають і постійно шукають літературу не лише в бібліотеках, а й у родичів, друзів чи сусідів (21%).

5. Особи, які багато читають і мають гроші для придбання нових книг і час на читання (32%).

Фахівці інституції з питань аналізу комп'ютерних технологій і телекомунікацій (Алленсбах), що була заснована 1997 р. і має на меті моніторинг у галузі застосування цифрових технологій в Німеччині, вирізняють сім груп користувачів ЗМІ (дані 2008 р.) [10, с. 177]:

1. Особи, які використовують як друковані ЗМІ, так і інтернет-ресурси.

2. Вимогливі шукачі інформації, котрі послуговуються як друкованими ЗМІ, так і інтернетом.

3. Особи, які прагнуть розваг, і частіше користуються друкованими ЗМІ, ніж інтернетом.

4. Особи, які зазвичай шукають конкретну інформацію.

5. Пасивні користувачі, які насамперед обирають перегляд телепрограм, ігноруючи решту ЗМІ.

6. Традиційні споживачі розваг різного жанру, які надають перевагу читанню журналів і перегляду телепрограм, а іншими ЗМІ (особливо інтернетом) майже не користуються.

7. Гедоністи, які використовують соціальні мережі, а інтернетом, журналами та телебаченням послуговуються як джерелами розваги.

Соціологічні ознаки представників цих груп користувачів узагальнено в табл. 5 (в усіх випадках зазначено опцію, що переважає) [10, с. 177; 11].

Таблиця 5

Соціологічні ознаки представників груп користувачів

Група читачів	Відсоток від загальної кількості користувачів ЗМІ	Стать, що переважає	Вікова група	Освіта / рівень освіти	Рівень доходів
Так звані медіасканери	20,3	Чоловіча	Особи середнього віку	Вища	Високий
Вимогливі	12,8	Чоловіча	Особи старшого віку	Вища	Високий
Особи, які шукають розваг	9,3	Жіноча	Особи старшого віку	Вища	Середній
Особи, які зазвичай шукають конкретну інформацію	5,7	Чоловіча	Особи старшого віку	Високий	Трохи вищий за середній
Пасивні	31,1	Чоловіча	Особи середнього віку	—	Нижчий за середній
Консерватори	9,1	Жіноча	Особи старшого віку	Порівняно невисокий	Середній
Гедоністи	11,7	Жіноча	Молодь	Середня	Низький

У 2008 р. за участі Фонду "Читання" й Міністерства освіти та досліджень було проведено комплексне опитування "Читання в Німеччині в 2008 році", в якому взяли участь понад 2500 респондентів. За результатами, виділено шість типів читачів, а саме [18]:

1. Так звані помірні читачі, для яких читання потребує великих зусиль (25%).

2. Особи, які отримують емоційне збудження впродовж читання (24%).

3. Особи, які читають лише заради пошуку певної інформації (20%).

4. Особи, які читають книги, а також користуються ПК та інтернетом (12%).

5. Особи, які надають перевагу електронним ЗМІ (11%).

6. Особи, для яких використання будь-яких ЗМІ є тягарем (8%).

Підґрунтям для розроблення сучасної специфічної типології *читачів-мігрантів*, кожен з яких є своєрідним дослідником незнайомої країни (Л. Вітгенштейн), у ХХІ ст. може стати вивчення переселенців різних груп і категорій, котрі прибували до Німеччини після 1990 р., а також їхніх інфопотреб

та ставлення до читання художньої літератури різними мовами, котрі вони знають чи вивчають.

З огляду на ставлення до рідної мови / мови країни походження та, відповідно, до мови країни проживання умовно виокремимо основні типи читачів-мігрантів [14; 15]:

1. Особи, які прагнуть повної мовної асиміляції.

Мета цього типу читачів-мігрантів повністю збігається з принципом організації шкільної системи Німеччини, в якій досі домінує принцип, що німецька мова є рідною для мігрантів усіх груп і категорій та їхніх дітей.

2. Особи, які прагнуть зберегти етнічне коріння й водночас вивчити мову країни проживання (та, ймовірно, кілька мов додатково).

Одним із найавторитетніших джерел забезпечення інфопотреб обох типів читачів-мігрантів і представників місцевого населення є серійні видання так званих книг кишенькового формату, що їх випускає видавництво "Реклама". Ця література поєднує ознаки двох видів видань — навчальних і літературно-художніх, до того ж кожна підсерія має власні колір і призначення. Серед творів художньої літератури, що їх можуть використовувати представники обох типів читачів, виокремимо три основні серії: жовту, червону та помаранчову. Жовта охоплює переклади творів зарубіжної літератури німецькою мовою, надруковані без певного допоміжного апарату (станом на 2012 р. приблизно 50% перших і подальших видань належали саме до цієї серії). Видання червоної серії під назвою "Іноземні мови" складається з неадаптованих текстів оригіналу чи невеликих уривків з них, які супроводжує стислий словник. Нарешті, до помаранчової серії належать двомовні видання, що містять оригінальний текст (ліворуч) і переклад німецькою мовою (праворуч), а також підрядкові коментарі або додатки. Видання червоної та помаранчової підсерій можуть стати для мігрантів типу 2 джерелом забезпечення психологічної потреби збереження власної ідентичності в умовах іншої культури, тоді як функція видань жовтої підсерії звужуватиметься лише до навчальної. Видання

червоної та помаранчової серій можуть виконувати й додаткові функції у процесі інтеграції мігрантів типу 2 і представників окремих меншин, а саме:

— оцінювальна: ролі, орієнтацій, вироблення мігрантами ставлення до власної культури й мови країни нинішнього проживання та інших мов, котрі вони використовують чи можуть вивчати;

— інтегративна: соціалізація й трансляція нових норм і цінностей.

Висновки. Хоча спроби розроблення типологій читачів у Німеччині відбувалися вже у XIX ст., наукові дослідження з питань читачезнавства розпочалися лише у 1950-х рр. (винятками можна вважати лише невеликі праці літературних класиків XVIII—XX ст. Приклади досліджень див. у тексті. — *Авт.*). Об'єктами комплексних студій у сфері соціології молоді та інших вікових чи соціальних груп стають процеси індивідуалізації, вироблення ставлення до читання як форми проведення дозвілля та здобуття (само-)освіти з урахуванням психосоціальних чинників, а також вивчення ролі конкретних ЗМІ у процесі забезпечення інфопотреб різного змісту та ступеню складності (останнє, 18-те, дослідження інфопотреб німецької молоді було проведено 2019 р.).

Іншим завданням актуальних соціологічних студій має стати розроблення типології читачів-мігрантів, на потребі якої ще 2012 р. наголошував І. Сиверс. Її результатом можуть стати як подальша індивідуалізація осіб, так і створення специфічних мінігруп, представники яких обрали конкретний шлях входження в нове середовище та подальшої інтеграції. Бібліотечне обслуговування читачів-мігрантів усіх груп чи підгруп доцільно розглядати як форму цілеспрямованого забезпечення доступу до інформації, що має сприяти відтворенню етнокультурного середовища мігрантів, поглибленню їхніх знань (М. Блох). Важливими психосоціальними чинниками на шляху визначення належності особи до конкретної групи читачів-мігрантів є її ставлення до власної історії, зацікавленість у вивченні мови країни проживання чи інших мов світу.

Список використаної літератури

1. Bonfadelli H. Leser und Leseverhalten heute — Sozialwissenschaftliche Buchlese(r)forschung / H. Bonfadelli // Handbuch Lesen / Stiftung Lesen ; Dt. Literaturkonferenz ; Hrsg. u. Vorw. v. B. Franzmann u.a. unter Mitarb. v. G. Jäger. — 2., unveränd. Nachdr. — Baltmannsweiler : Schneider-Verl. Hohengehren, 2006. — S. 86—144.
2. Franzmann B. Die Deutschen als Leser und Nichtleser: Ein Überblick / B. Franzmann // Leseverhalten in Deutschland im neuen Jahrtausend: Eine Studie der Stiftung Lesen ; Hrsg. v. Stiftung Lesen. — Hamburg : Spiegel; Mainz : Stiftung Lesen, 2001. — (Schriftenreihe "Lesewelten"; Bd. 3). — S. 7—31.
3. Gattermaier K. Deutschlehrer bauen am "schiefen Turm von PISA" mit! / K. Gattermaier // Medien im Deutschunterricht ; In Zusammenarb. m. der AG Medien im Symposium Deutschdidaktik ; Hrsg. v. V. Frederking. — Bobingen : Kopaed, 2004. — S. 211—221.
4. Giehl H. E. Der junge Leser: Einführung in Grundlagen der Jungleserkunde und der literarischen Erziehung / H. E. Giehl. — 3., überarb. Aufl. — Donauwörth : Verl. Ludwig Auer, 1977. — 158 S.
5. Goethe J. W. Brief an J. F. Rochlitz vom 13. Juni 1819 / J. W. Goethe // Goethe J. W. Sämtliche Werke: In 40 Bd.: II. Abteilung. Briefe, Tagebücher und Gespräche: Bd. 8. Einsam-tätiges Alter I: Teil 1 (6. Jun. 1816 — 18. Okt. 1819) ; Hrsg. v. D. Schäfer-Weiss. — Frankfurt-am-Main : Dt. Klassiker Verl., 1999. — S. 280.

6. *Hamm I.* Das Lesebarometer — Lesen und Umgang mit Büchern in Deutschland / I. Hamm, Cl. Langen // Lesen in der Mediengesellschaft: Stand und Perspektive der Forschung / Hrsg. v. H. Bonfadelli, P. Bucher. — Zürich : Verl. Pestalozzianum, 2002. — S. 43—57.
7. *Hesse H.* Lektüre für Minuten: Gedanken aus seinen Büchern und Briefen / H Hesse ; Ausw. u. Nachw. v. V. Michels. — 23. Aufl. — Frankfurt-am-Main : Suhrkamp, 2012. — 294, [1] S.: 1 Zeichn.
8. *Hesse H.* Eine Bibliothek der Weltliteratur / H. Hesse // Gesammelte Werke: Bd. 11. Schriften zur Literatur I: Über das eigene Werk. Aufsätze. Über seine Verleger. Einführungen zu Sammelrezensionen. Eine Bibliothek der Weltliteratur. — Frankfurt-am-Main : Suhrkamp, 1970. — S. 337—372.
9. *Hesse H.* Vom Bücherlesen / H. Hesse // Gesammelte Werke: Bd. 11. Schriften zur Literatur I: Über das eigene Werk. Aufsätze. Über seine Verleger. Einführungen zu Sammelrezensionen. Eine Bibliothek der Literatur. — Frankfurt-am-Main : Suhrkamp, 1970. — S. 234—244.
10. *Hillebrecht St.* Kommunikation und Medien: Ein Arbeitsbuch für Hochschule und Praxis / St. Hillebrecht. — Gernsbach ; Deutsch. Betriebswirte-Verl. GmbH, 2009. — 213 S.: Tab., Zeichn.
11. *Reuter T.* "Der Leser" erhält gleich sechs Gesichter: Lesertypen in Deutschland / T. Reuter, Chr. Schäfer // Leseverhalten in Deutschland im neuen Jahrtausend: Eine Studie der Stiftung Lesen: [Kommentarband] / Stiftung Lesen. — Mainz, 2009. — S. 52—56.
12. *Saxer U.* u. a. Kommunikationsverhalten und Medien. Lesen in modernen Gesellschaft: Eine Studie / Bertelsmann Stiftung ; Hrsg. v. U. Saxer, W. Langenbucher, A. Fritz. — Gütersloh : Verl. Bertelsmann Stiftung, 1989. — 288 S.: Tab.
13. *Tullius Ch.* Typologien der Leser und Mediennutzer / Ch. Tullius // Leseverhalten in Deutschland im neuen Jahrtausend: Eine Studie der Stiftung Lesen ; Hrsg. v. Stiftung Lesen. — Hamburg : Spiegel-Verlag ; Mainz : Stiftung Lesen, 2001. — (Schriftenreihe "Lesewelten"; Bd. 3). — S. 61—83.
14. *Wilpert G. V.* Sachwörterbuch der Literatur / G. V. Wilpert. — 8., verbessert. u. erweit. Aufl. — Stuttgart : Kröner, 2001. — 925, (IX) S.
15. *Ždanova V.* Zum Problem der Sprachkompetenz bilingualer Migranten mit Russisch als Erstsprache / V. Ždanova // Beiträge der Europäischen Slavistischen Linguistik (Polyslav): Bd. 10 ; Hrsg. v. B. Brehmer. — München : Sagner, 2007. — (Die Welt der Slaven; Bd. 29). — S. 188—198.
16. *Zum Tag des Buches: Wissenswertes, Vergessenes und Kurioses über Bücher und Leser / Hochschule der Medien Stuttgart ; Hrsg. v. U. Huse.* — Stuttgart : Hochschulverl., 2007. — 96 S.: Phot.
17. *Zielke W.* Informiert sein ist alles: den Papierflut sinnvoll nutzen / W. Zielke. — Aktualis. Ausg. — Düsseldorf : ECON Taschenbuch-Verl., 1984. — 185 S.: graph. Darst. — (ECON Taschenbuch: ECON-Praxis; Bd. 21007).
18. *Der Lesekompass 2021.* — Mode of access: www.stiftunglesen.de/forschung/forschungsprojekte/lesen-in-deutschland. — Title from the screen.

George Bogdanov

The main stages of study and typologization of the readers in Germany in the 20th and in the early 21th century

An article has an interdisciplinary character and is written at the interface of the readership, a history of the librarianship, a psychology, a literary studies and the some specific trends of sociology, among their number are a sociology of reading, a sociology of age and a sociology of migration. An author trys to research a development of the theoretical basis of classification of the readers in Germany during the last 100 years. A special attention was given to a description of scientific conceptions, which were developed after World War II given. In the article are in broad outline numerous sociological studies described that were conducted during the 60 years. The author want to assume, that a belonging to the certain group of readers is a result of influence of the demographic, educational, political and social factors. A special attention is payed to the description of psychological factors that determine a belonging of person to the proper typological group of readers. Through the study of number of results of the sociological, literature and librarian works of reading was established, that the literary tastes of person, his habit of reading and a level of the interest as well an influence of environment belong to the subgroup of psychological factors. It was proposed a version of typology of the migrants- readers with a consideration of the forms of their integration, their information, social and psychological needs as well their relation to the reading of fiction both in the native language and in the foreign languages too. The author comes to a conclusion, що a problem of typology of the specific groups of readers, among the numbers the migrants and the youth people, is today not fully studied. Other topical trend of researches from the field of typology of the readers is an influence of Internet and other Social Media that today leads to the restructuring of groups of the readers.

Keywords: reading; reader; readership; typology of readers; information needs; sociological researches; migrants; pocketbooks; Germany

Надійшла до редакції 5 травня 2021 року

Свідоцтво про державну реєстрацію КВ № 21783-11683ПР від 31.12.2015.

Формат 60x84¹/₈. Ум. друк. арк. 6,05. Тираж 146 пр. Зам. 55.

Журнал надруковано на обладнанні Книжкової палати України

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 1954 від 24.09.2004.

До уваги читачів: електронний варіант журналу "Вісник Книжкової палати" ISSN 2076-9555 (онлайн-версія) розміщено на сайті Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського в розділі "Наукова періодика України":

http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/VKP/index.html
