

Дар'я Чебаненко,
бакалавриня соціології,
Національний університет «Кієво-Могилянська академія»
daria.chebanenko@ukma.edu.ua

Анна Прохорова,
наукова керівниця,
кандидатка соціологічних наук,
старша викладачка кафедри соціології,
Національний університет «Кієво-Могилянська академія»

МОТИВИ ЧИТАЦЬКОГО ВИБОРУ МОЛОДІ КИЄВА ПІСЛЯ ПОЧАТКУ ПОВНОМАСШТАБНОГО ВТОРГНЕННЯ

Поява різноманітної літератури та її доступність для різних категорій населення розширили жанрове розмаїття книжок і зумовили необхідність читачів робити вибір, досліджувати наявні публікації та визначати, що варто їхньої уваги, а що — ні. Зрештою, це привело до попиту на дослідження мотивів придбання, запозичення чи просто пошуку книжки. Оскільки читання є однією з найпоширеніших дозвіллевих практик, то мотиви вибору можуть відрізнятися не лише між соціальними категоріями, а і як елемент культурної практики — залежно від країни та історичного контексту (Fernández-Blanco et al., 2017).

Як наслідок повномасштабного вторгнення росії в Україну та спричиненої ним екзистенційної загрози українцям та українській культурі, культурні та дозвіллеві практики можуть визначатися не лише як різновид відпочинку чи елемент естетичного задоволення, а і як засіб пристосування до нової реальності, а також як частина формування ідентичності через культурну належність. Читацькі практики та вибір пов'язані з соціальною реальністю читачів, що, зокрема, чи-

нить вплив на свідомість та психологічний стан індивідів. Своєю чергою, читацький вибір визначається також як результат формування самості індивіда, зокрема через споглядання за досвідом інших, описаним у книжках.

Із цими міркуваннями було проведено дослідження мотивів читацького вибору молоді Києва методом фокус-груп із використанням інтерпретативного підходу. Вибірка складалася з молоді Києва віком від 17 до 30 років, що визначали себе активними читачами. Польовий етап відбувався з 30 березня до 13 квітня 2024 року, в онлайн-форматі за допомогою Zoom, у межах якого було проведено чотири фокус-групи з 21 учасниками. Аналіз було здійснено у програмному забезпеченні MAXQDA шляхом виділення кодів, які об'єднували теми, що траплялися найчастіше, ці коди категоризовано індуктивним методом.

Було розглянуто теоретико-методологічні підходи дослідження читацького вибору в соціології. Соціальна психологиня Сьюзен Фіск визначила п'ять основних соціальних мотивів поведінки індивіда, які є запорукою виживання індивіда (Fiske, 2004):

- Мотив належності — відповідає потребі в надійних і стабільних стосунках усередині спільноти, відчутті належності до спільноти (Fiske, 2004), зокрема за спільними зацікавленостями в книжках.
- Мотив розуміння — потреба розуміти реальність і передбачити невизначене майбутнє (Fiske, 2004). Оскільки читання є одним з основних джерел отримання інформації (Ooi & Li Liew, 2011, цит. Williamson, 2005), читачі можуть звертатися саме до книжок для розширення розуміння реальності.
- Мотив контролю — потреба правильно оцінювати відповідність поведінки індивідів цінностям і правилам групи (Fiske, 2004). Читачі можуть зв'язати свої дії з прийнятними в межах своєї соціальної групи, вибираючи — або не вибираючи — книжку з тією чи тією характеристикою.

- Мотив самовдосконалення — потреба сприймати себе вартісним для соціуму та здатним удосконалюватися. (Fiske, 2004). У цьому випадку вибір може бути вмотивований бажанням отримувати нові знання та випробовувати свої можливості через вибір книжок.
- Мотив довіри — потреба бачити навколишній світ і оточення доброзичливими (Fiske, 2004). Припускають, що при виборі книжок індивіди керуються бажанням отримувати позитивний досвід взаємодії, покладаючись на інформацію від інших як на правдиву і будуючи на цьому свій книжковий вибір.

Підсумовуючи, Сьюзен Фіск пов'язує мотиви вибору з необхідністю співіснувати з іншими індивідами в межах соціальної групи. Оскільки читання займає 11 місце за популярністю серед дозвіллевих практик українців (InfoSapiens, 2023), тобто є доволі поширеною та нерідкою практикою, можна припустити, що ці мотиви також будуть враховані під час читацького вибору.

У межах масштабного дослідження мотивів виділення дорослими часу на читання, Боб Ашервуд і Джекі Тойн виявили загальні мотиви, що спонукають людей обирати художню літературу. Однією з основних переваг читання художньої літератури, які назвали читачі, був ескапізм, втеча від реальності (Usherwood & Toyne, 2002). Про цей фактор також зазначено в дослідженні Віктора Нела, де було виділено два типи читачів — ті, що хочуть посилити свідомість за допомогою читання, і ті, які хочуть її послабити (Nell, 1988).

Розроблена класифікація підсумовувала виявлені протягом дослідження мотиви читацького вибору з урахуванням українського контексту сьогодення. Також у ній було враховано класифікації Ашервуда і Тойн, Фіск, дослідження Кетрін Рос мотивів вибору художньої літератури жінками (Ross, 2013) і концепцію посттравматичного зростання особистості Олени Ісаєвої (Ісаєва, 2023).

Першою виділеною категорією мотивів була «Соціальна залученість». Вона об'єднувала в собі мотиви, що містили використання читацьких практик як засобу взаємодії з іншими індивідами в контексті читацького вибору. Ця категорія також пов'язана з мотивом належності, виділеним Сьюзен Фіск (Fiske, 2004). Зокрема в межах цієї категорії були виділені мотиви «Надання підтримки організаціям або авторам з схожими цінностями», «Створення нових соціальних зв'язків чи взаємодій — двосторонніх чи односторонніх», «Культурна ідентифікація», «Відповідність соціальному статусу чи ролі».

Категорія мотивів «Формування самості» визначалася як усвідомлення контексту свого існування серед довколишніх подій — будування образу власного «Я» (Ісаєва, 2023). Зокрема, цю категорію було виділено з використанням категорії «Довіра вказівкам» (Usherwood & Toyne, 2002). До неї було віднесено мотиви «Огляд досвіду інших задля вирішення особистих проблем» — спостереження за досвідом персонажів книжок і перенесення висновків з їхнього досвіду на своє життя, «Пошук паралелей та спорідненості для рефлексії реальності», «Використання книжок як точки опори в часи нестабільності».

Наступна категорія — «Відчуттєве перезавантаження» — містить мотиви читацького вибору, щоби збільшити адаптивні якості та зняти напругу, пов'язану зі стресом (Ісаєва, 2023), «Ескапізм», «Естетичне задоволення» — ці мотиви було виділено з використанням однойменних категорій Ашервуда і Тойн (Usherwood, Toyne, 2002), а також «Зміна форми сприйняття інформації» — відповідно до теорії Вільямсон щодо впливу на інформаційну поведінку зовнішніх факторів (Ooi & Li Liew, 2011, цит. Williamson, 2005).

Останньою категорією мотивів читацького вибору було виділено «Самовдосконалення», що базувалося на критерії «Саморозвитку» Ашервуда та Тойн (Usherwood & Toyne, 2002), однойменному мотиві за Фіск (Fiske, 2004), а також

концепції посттравматичного зростання особистості (Ісаєва, 2023). «Бажання використання читання як поєднання “приємного з корисним”», «Урізноманітнення читацького досвіду», «Розширення знань», «Посттравматичне зростання особистості», «Розширення мовних навичок» — такими мотивами керувалися респонденти задля набуття практичних навичок, вибудови персональної ідентичності, покращення здатності інтерпретувати поведінку інших людей із метою ефективної взаємодії у спільноті.

У підсумку, мотиви читацького вибору молоді Києва під час повномасштабного вторгнення були спрямовані на пристосування до нової реальності, зокрема за допомогою взаємодії з іншими читачами, самоідентифікації через досвід інших, ескапізму та саморозвитку, що також були важливими елементами самопідтримки в моменти травматичного досвіду та нестабільності.

Список використаних джерел

- Ісаєва, О. (2023). Читання як шлях до посттравматичного зростання особистості (на прикладі книги Едіт Єви Егер «Вибір. Прийняти можливо»). *Grail of Science*, 32, 322–325. <https://doi.org/10.36074/grail-of-science.13.10.2023.059>.
- Fernández-Blanco, V., Prieto-Rodríguez, J., & Suarez-Pandiello, J. (2017). A Quantitative Analysis of Reading Habits in Spain. *International Journal of Arts Management*, 19 (3), 19–32. <http://www.jstor.org/stable/44991461>.
- Fiske, S. (2004). *Social beings: A core motives approach to social psychology*. John Wiley.
- InfoSapiens. (2023). Аналітичний звіт за результатами всеукраїнського соціологічного дослідження в межах проекту «Підтримка промоції читання в Україні». <https://www.sapiens.com.ua/ua/publication-single-page?id=288>.
- Nell, V. (1988). *Lost in a Book: The Psychology of Reading for Pleasure*. Yale University Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctt1ww3vk3>.

- Ooi, K., & Li Liew, C. (2011). Selecting fiction as part of everyday life in information seeking. *Journal of Documentation*, 67 (5), 748–772. <https://doi.org/10.1108/00220411111164655>.
- Ross, C. S. (2013). Making Choices: What Readers Say About Choosing Books to Read for Pleasure. *Proceedings of the Annual Conference of CAIS / Actes du congrès annuel de l'ACSI*. <https://doi.org/10.29173/cais439>.
- Usherwood, B., & Toyne, J. (2002). The value and impact of reading imaginative literature. *Journal of Librarianship and Information Science*, 34 (1), 33–41. <https://doi.org/10.1177/096100060203400104>.