

Секция «Журналистика»

Психология детского чтения
Митрохина Алеся Сергеевна

Студент

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет журналистики, Королёв, Россия
E-mail: alesyamit@yandex.ru

Для создания качественной книги необходимо четко понимать психологию читателя. Намного сложнее сделать книгу для ребенка, ведь для этого нужно знать психологию взросления. Последнее крайне редко учитывается издателем.

Психика человека – это продукт развития. Еще Ж.-Ж. Руссо утверждал, что ребенок – это не маленький взрослый [2]. Восприятие, память ребенка, его мышление отличаются от восприятия, памяти, мышления взрослого не только «как уменьшение и увеличение», не только тем, что у ребенка они менее, а у взрослого более развиты. Они у ребенка просто иные: закономерности, которым они подчиняются, в процессе развития видоизменяются. Количественные изменения, нарастая, переходят в качественные. И создавая книгу для детского чтения необходимо ориентироваться именно на этого маленького читателя, при этом учитывая его быстрое взросление. Издатель должен понимать, что ребенок будет читать только то, что ему интересно. А сделать интересное еще и полезным для него и коммерчески выгодным для издателя – всецело задача редакции.

Руководствуясь знанием психологии взросления, психологии детского чтения, издатель может лучше понять психологию своего читателя, более конкретно сформулировать читательский адрес, разработать стратегию её продвижения. Т.е. использовать психологию как редакторский инструмент для создания успешной книги: успешной с точки зрения взрослого как покупателя, ребенка как читателя и издателя как коммерсанта [1].

К сожалению, на современном книжном рынке не всегда используется такая возможность. Именно поэтому мы имеем значительную долю литературы, не до конца соответствующей приемлемому уровню качества, а порой даже противопоказанной маленькому читателю из-за своего негативного эмоционального воздействия [4]. Для того чтобы избежать этого, издателю необходимо четко понимать: какие факторы более всего влияют на восприятие ребенка, какие факторы полезны, а какие вредны, и, главное, чем нужно руководствоваться, чтобы сделать книгу и полезной, и интересной. Ведь успех издателя, уровень продаж во многом зависит от покупателя: удалось ли книге своим внешним видом и содержанием привлечь его и заставить купить издание.

Из всех чувств, воздействующих на ребенка в период его взросления, основными являются слух, зрение и осязание [3]. Именно через чувства происходит знакомство с миром, его восприятие и осознание.

Слуховые ощущения, которые обычно вообще не рассматриваются издателем, на самом деле являются достаточно важными. Так как книги, адресованные читателю до 7 лет, считаются книгами для совместного чтения и дальнейшего обсуждения, то редактору необходимо обращать внимание еще и на звучание текста. В тексте не должно быть слишком длинных непонятных слов и предложений, обилия шипящих и глухих

согласных, иностранных слов, лексики, еще не ясной малышу. Кроме того, издатель может дополнить книгу методическими материалами для родителей: заданиями на обсуждение прочитанного, вопросами к тексту, предложениями поиграть, пофантазировать, придумать продолжение истории и т.д. При таком времяпрепровождении ребенок будет слушать голос родителя, поэтому крайне важно, что именно ему будут читать и какого качества будет это книга.

Тактильные ощущения (или ощущения прикосновения) также имеют важное значение [5]. Ребенок в возрасте от 2 до 7 лет стремится все потрогать – именно так у него и происходит процесс изучения мира и осмысление нового. Характерной особенностью ощущений прикосновения является относительно точная их локализация, которая вырабатывается в результате опыта при участии зрения и мышечного чувства. Для рецепторов прикосновения свойственна быстрая адаптация к новому объекту, эффект привыкания – с этим отчасти связано возникновение у детей представления о любимых книгах. Т.е. если взрослый, читая книгу, воспринимает ее, в первую очередь, как источник новой информации, то для ребенка она также является предметом, с помощью которого он познает мир и учится координировать свои зрительные и тактильные ощущения.

Но, естественно, в детской книге самое важное – это зрительное восприятие книги. Роль зрительных ощущений в познании мира особенно велика. Они доставляют человеку исключительно богатые и тонко дифференцированные данные, притом огромного диапазона. Зрительные восприятия – наиболее «опредмеченные», объективированные восприятия человека. Именно поэтому они имеют очень большое значение для познания и для практического действия. Издатель должен понимать это и, не забывая о сюжете, делать акцент на качество иллюстраций в издании.

Читатель должен видеть, как важно содержание книги для его представления о мире и для его жизненных интересов. Нужно «провести» его по материалу, а для этого учесть особенности и возможности материального носителя и психологию читателя.

Литература

1. А.Баркан. Дети нашего времени. – М.: АСТ, Астрель, 2010. – 411 с.
2. С.Л.Рубинштейн. Основы общей психологии. – Л.: Питер, 2007. – 720 с.
3. О.К.Тихомиров. Психология мышления. – М.: Academia, 2002. – 288 с.
4. Кэррол Э.Изард. Психология эмоций. – Л.: Питер, 2006. – 460 с.
5. Ян В. Уайт. Редактируем дизайном. – М.: Школа издательского и медиа бизнеса, 2011.