

# O co tyle krzyku?

Czym właściwie jest czytanie? Czysto fizjologiczne dekodowanie tekstu przez receptory wzroku (i receptory słuchu w przypadku audiobooków) to zaledwie inicjacja skomplikowanych operacji, jakie wykonuje psychika czytelnika, przyswajając treść dokumentu. Zachodzące równocześnie procesy zapamiętywania, kojarzenia, abstrahowania, wnioskowania, tworzenia wyobrażeń, interpretacja treści prowadzą do konkretyzacji dzieła literackiego, czyli wytworzenia w świadomości odbiorcy indywidualnego obrazu czytanego dzieła. Wszystkie te konkretyzacje pozostawiają ślad w psychice, a skomplikowane procesy myślowe zachodzące w trakcie czytania wpływają na funkcjonowanie mózgu, zwiększając jego wydolność.

Czytanie to także najefektywniejszy sposób przekazywania informacji i pozyskiwania wiedzy. Trudno wyobrazić sobie rozwój osobisty czy zaspokajanie potrzeb edukacyjnych bez czytania, analizowania dokumentów i zapamiętywania zawartych w nich treści. Zatem czytanie stanowi fundament wszelkich działań o charakterze pedagogicznym, edukacyjnym i związanych z samokształceniem.

## Co poradzisz, Grażynko

Długo można mówić o korzyściach płynących z czytania, ale żadne teorie bibliologiczne nie brzmią tak przekonująco, jak komentarz prawdziwego miłośnika książek, odnaleziony w jednym z portali społecznościowych: „Czytajcie, ludziska. Nic nie rozwija umysłu w sposób tak mocarny jak zwykła, głupia książka. Nieważne jaka, możecie czytać opasłe tomiska naukowe, możecie czytać literaturę fantasy – efekt zawsze będzie ten sam, otworzycie swój umysł na nowe idee i koncepcje, nauczycie się je analizować, nauczycie się tworzyć własne, nauczycie się wyszukiwać potrzebne informacje, wyrobicie elokwencję, rozwinięcie wyobraźnię, koncentrację, pamięć. Ta, wiem, że brzmi to jak reklama kolejnego wspaniałego suplementu diety, ale co poradzisz, Grażynko, taka prawda” (mnik1, wykop.pl).

Czytanie i jego uwarunkowania są przedmiotem wielokierunkowych badań w ramach samodzielnej dyscypliny naukowej przynależnej do szerszego zakresu badawczego bibliotekoznawstwa i bibliologii, określanej mianem „czytelnictwa” czy też „problematyki odbioru”. Analizy społecznego zasięgu dokumentów piśmienniczych, kultury czytania, skuteczności komunikowania za pomocą tekstów pisanych przeprowadzane są z wykorzystaniem metodologii badawczej zaczerpniętej z różnych dziedzin wiedzy (m.in. z psychologii, pedagogiki, bibliotekoznawstwa, marketingu) i w znacznej mierze mają charakter empiryczny. Musimy jednak pamiętać, że zagadnienia i zjawiska stanowiące przedmiot zainteresowania czytelnictwa jako dyscypliny naukowej są zmienne i trudne do uchwycenia. Czytanie i kultura czytelnicza mają bowiem charakter środowiskowy, nie do końca związany z wiekiem, wykształceniem czy miejscem zamieszkania czytelnika. Samo wyodrębnienie właściwie dobranej grupy reprezentatywnej nastęrcza wiele trudności, nie wspominając o najdrobniejszych zmianach w metodologii badań, które mogą wprowadzić poważne przekłamania w analizie danych.

Jak więc traktować raporty pt. „Stan czytelnictwa w Polsce”, publikowane corocznie przez Bibliotekę Narodową? Wyniki badań czytelnictwa stanowią wyznacznik tendencji na rynku książki. Na ich podstawie prognozuje się skalę wielu zjawisk zarówno w kontekście preferencji i wyborów czytelniczych, jak i uwarunkowań ekonomicznych dla sektora wydawniczego i księgarskiego. Jak wynika z raportów BN, po progresywnym spadku czytelnictwa w latach 2000–2018, rok 2019 przyniósł niewielki wzrost deklarowanego zainteresowania czytaniem książek. Zmienione warunki

życia z powodu pandemii COVID-19 w roku 2020 i 2021 wpłynęły na kolejne wzrosty aktywności czytelniczej i, jak wynika ze wstępnych badań na rok 2022, trend ten nie uległ dotychczas zmianie. Ze statystyk podanych w raportach wynika, że w ciągu roku około 42% Polaków przeczytało jedną książkę, a około 10% – siedem lub więcej książek. Ponadto analizie poddano bardziej szczegółowe konteksty aktywności czytelniczej. Zgodnie z wynikami badań do najchętniej czytanych autorów należą: Remigiusz Mróz, Stephen King, Olga Tokarczuk, Andrzej Sapkowski, Heather Morris, Katarzyna Bonda. Na mapie czytelniczych wyborów nie brakuje również klasyki: utworów Adama Mickiewicza, Bolesława Prusa, Michaiła Bułhakowa i wielu innych. Najczęściej czytany gatunkami literackimi są kryminały noir, thrillery psychologiczne, biografie, powieści obyczajowe, powieści sensacyjno-spiegowskie, kryminały nawiązujące do współczesnych problemów społecznych oraz fantastyka. W raportach BN zaprezentowano również diagnozy dotyczące źródeł pochodzenia i formy wydawniczej przeczytanych przez respondentów książek. Okazuje się, że najczęściej czytamy publikacje w formie tradycyjnego kodeksu, a audiobooki i e-booki stanowią niewielki, kilkuprocentowy odsetek preferencji czytelniczych. Książki kupujemy w księgarniach, pożyczamy od znajomych, dostajemy w prezencie. Wypożyczenia w bibliotekach publicznych deklarowało niewiele ponad 14% badanych. Sytuacja ta wpływa znacząco na rynek wydawniczy w Polsce, a szczególnie na kondycję dużych wydawnictw i księgarń. Zawsze bowiem czytelnictwo powszechne wywiera wpływ na rynek książki, a właściwie możemy tu mówić o swoistym sprzężeniu zwrotnym. Zestawienia statystyczne wraz z komentarzami publikowane pod tytułem „Ruch wydawniczy w liczbach”, opracowywane od 70 lat przez Bibliotekę Narodową, ilustrują zmiany na rynku wydawniczym i księgarskim. Raport za 2020 rok podaje duży spadek liczby tytułów, które zaproponowano czytelnikom, pomimo wzrostu deklaracji czytelniczych w tym samym okresie. Sytuacja ta wyniknęła – jak donoszą autorzy opracowania – z niepewności rynku książki w czasie pandemii, z czym wiązało się wstrzymanie publikacji debiutów literackich. W czasie pandemii zniknęło z rynku wiele małych, niszowych wydawnictw i księgarń, ale to zjawisko miało raczej związek z silną konkurencją sieciowych gigantów księgarskich i wydawniczych.

### **Polscy uczniowie czytają!**

Biblioteka Narodowa od ponad 30 lat analizuje poziom czytelnictwa w Polsce i jest najważniejszym ośrodkiem badań w tym zakresie. Coroczne raporty, wyczekiwane przez wszystkich „ludzi książki” w kraju, nie dają cienia złudzeń co do „oczytania” Polaków. Wyłania się z nich obraz narodu ignorantów w niewielkim stopniu i raczej niechętnie uczestniczących w kulturze.

Pewnym światełkiem w tunelu mogą być analizy czytelnictwa opracowywane przez inne ośrodki, których wyniki odbiegają od „hiobowych wieści” BN. Za dobry przykład mogą tu posłużyć badania paneuropejskie PISA (Program for International Student Assessment), dotyczące efektów kształcenia i kompetencji czytelniczych uczniów 15-letnich i starszych. Wynika z nich, że w zakresie czytelnictwa i kultury czytelniczej polscy uczniowie zaliczani są do najlepszych w Europie, zajmując trzecie miejsce po Finlandii i Estonii. Można by przytaczać wiele innych badań tego typu, dających wyniki diametralnie inne od tych publikowanych przez BN. Nie należy zatem popadać w kompleksy i załamywać rąk nad niedouczonym narodem. Nie ma też jednak powodów do nadmiernego optymizmu, bo jak wcześniej wspomniano, czytelnictwo jest materią bardzo trudną do przełożenia na jednoznaczne dane statystyczne.

Bez względu na wszelkie wyniki badań i prognozy związane z rynkiem wydawniczym w Polsce pewność można mieć tylko co do jednego aspektu czytelnictwa, a mianowicie do konieczności intensywnego upowszechniania i promocji książek i czytania. Czytania nigdy za wiele, bo jak dotąd nie wynaleziono skuteczniejszego narzędzia i metody przekazywania wiedzy i wychowania świadomych, właściwie dekodujących rzeczywistość obywateli. W Polsce zagadnienia promocji czytelnictwa traktowane są bardzo poważnie. Działania w tym zakresie przyjmują zróżnicowaną

formę i podejmowane są z dużym zaangażowaniem przez wiele instytucji i organizacji. Wśród tych inicjatyw na plan pierwszy wysuwają się programy i projekty pilotowane i finansowane przez Radę Ministrów oraz Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego.

Flagowym tego przykładem jest Narodowy Program Rozwoju Czytelnictwa 2.0, uchwalony na lata 2021–2025. Celem Programu jest „wzmocnienie roli bibliotek publicznych, szkolnych i pedagogicznych jako lokalnych ośrodków życia społecznego, stanowiących centrum dostępu do kultury i wiedzy” poprzez zakup nowości wydawniczych do bibliotek publicznych i szkolnych, zakup usług zdalnego dostępu do audiobooków, e-booków, dofinansowanie rozbudowy, przebudowy lub adaptacji lokali bibliotecznych, dofinansowanie akcji społeczno-wizerunkowych promujących książki i czytanie. Budżet przeznaczony na realizację zadań wynosi ponad 1 mld zł. Program realizowany jest przez MKiDN przy współpracy Biblioteki Narodowej, Instytutu Książki oraz Narodowego Centrum Kultury – czyli instytucji odgrywających wiodącą rolę w zakresie upowszechniania czytelnictwa w Polsce. Wśród nich Instytut Książki zajmuje szczególną pozycję. To narodowa instytucja kultury, której głównym celem jest promocja polskiej literatury za granicą. Ma również duże zasługi na polu upowszechniania książek i czytelnictwa w kraju. Prowadził kampanię „Mała książka – wielki człowiek”, promującą czytanie rodzinne i korzyści płynące z czytania dzieciom od pierwszych miesięcy życia czy akcję Czytaj.pl, skierowaną do młodzieży licealnej, z sukcesem promującą w tym środowisku bestsellery (w jej ramach uczestnicy przeczytali 280 tysięcy książek). Proponuje też Dyskusyjne Kluby Książki – program skierowany do wszystkich grup wiekowych, którego celem jest stworzenie możliwości dyskusji i wymiany myśli o przeczytanym dziele w gronie miłośników literatury, zwykłych czytelników, dla których eksterioryzacja doznań lekturowych jest równie ważna, jak tworzenie konkretyzacji dzieła literackiego. Program DKK jest realizowany w formie dotacji dla wojewódzkich bibliotek publicznych.

Innym przykładem działań na rzecz rozwoju czytelnictwa w Polsce jest kampania „Cała Polska czyta dzieciom”, prowadzona przez fundację ABCXXI. W jej ramach realizowane są programy „Czytające szkoły”, „Czytające przedszkola” oraz „Kluby czytających rodzin”. Każdy z nich promuje wartościową literaturę dla dzieci i korzyści płynące z czytania. Wykazy polecanych tytułów fundacja opracowuje, aktualizuje i udostępnia na stronie www. Zakrojone na szeroką skalę działania proczytelnicze fundacji ABCXXI wspiera finansowo MKiDN oraz mecenas wywodzący się głównie ze świata biznesu. Podobny styl upowszechniania czytelnictwa prowadzi powołana w 2018 roku Fundacja Powszechnego Czytania. Tu także inicjowane są programy przeznaczone dla młodych czytelników realnych oraz dla adeptów czytania. Wymienione inicjatywy są zaledwie ułamkową częścią aktywności podejmowanych w polskiej przestrzeni publicznej w celu upowszechnienia czytania – stanowią jedynie przykład i nie oddają w pełni złożoności tematu.

## **Nieoceniony internet**

W promocji czytania i aktywizacji czytelników ważną rolę odgrywają dziś media społecznościowe i – szerzej – internet. To nieocenione narzędzie komunikacji i wymiany informacji pomiędzy miłośnikami książek i potencjalnymi czytelnikami. Internet stanowi medium o największym potencjale zarówno oddziaływania na duże grupy społeczne, jak i docierania do indywidualnych użytkowników, m.in. do osób dotkniętych niepełnosprawnością, wykluczeniem społecznym lub marginalizacją. W sieci roi się od forów dyskusyjnych, portali tematycznych i blogów tworzonych z dużym zaangażowaniem przez „mole książkowe”. Poziom tekstów publikowanych w takich miejscach bywa bardzo zróżnicowany i to stanowi ich największą zaletę. Nie każdy użytkownik sieci jest erudytą, purystą językowym i koneserem literatury. Z punktu widzenia promocji czytania najistotniejsze jest, aby każdy poszukujący „miłej książki” łatwo odszukał informacje zalecające, adekwatne do oczekiwań i potrzeb. W sieci można też bez trudu odnaleźć wiele blogerskich tekstów na bardzo wysokim, profesjonalnym poziomie. Pełnią one funkcję opiniotwórczą, są doceniane i

stanowią ważne ogniwo w systemie upowszechniania czytelnictwa. Przykładem takich miejsc w internecie są: „Lady Margot”, „Kurzojady”, „Blog pod Małym Aniołem”, „Stacja Książka”. Ich zasięgi przekraczają kilkadziesiąt tysięcy wyświetleń miesięcznie.

W „książkowym” internecie istnieją też huby informacyjne z zakresu czytelnictwa, rynku książki, krytyki literackiej, stworzone dla miłośników czytania. Na pierwszy plan w tej kategorii wysuwa się portal [lubimyczytac.pl](http://lubimyczytac.pl), którego skromny debiut w sieci przypada na 2011 rok. W ciągu jedenastu lat, dzięki zaangażowaniu zespołu redakcyjnego i społeczności czytelników, portal rozrósł się w bezprecedensową w polskim internecie machinę informującą o wszystkich aspektach „życia książki”. Poza tym wielką wartością tego miejsca jest dbałość o czytelników, umożliwienie im swobodnego wypowiedzenia się i dyskusji na temat wyborów lekturowych. Użytkownicy mogą tu także tworzyć własne biblioteczki i polecać ulubione książki znajomym. Redakcja [lubimyczytac.pl](http://lubimyczytac.pl) informuje na stronie o detalach dotyczących działania portalu, a także o statystykach odwiedzin. Zdaniem twórców i redaktorów: „wbrew ogłoszonemu w naszym kraju kryzysowi czytelnictwa... Polacy pochłaniają i kupują książki”.

Warto wspomnieć o niestandardowych formach upowszechniania książek. Jak wynika z badań, do najbardziej efektywnych metod promocji czytelnictwa (poza marketingiem szeptanym i wpływem influencerów) należą działania mające wywołać zaskoczenie, kontrowersyjne akcje poruszające emocje lub takie, które wykorzystują formy zabawy z czytelnikiem. W polskich realiach dobrym przykładem takich praktyk jest kampania społeczna „Nie czytasz? Nie idę z Tobą do łóżka!”, która została zapoczątkowana „w 2011 roku z inicjatywy grupy przyjaciół – zwyczajnych osób, które po prostu lubią czytać”. W działania promocyjne włączyło się wiele znakomitości świata sztuki, nauki, sportu oraz użytkownicy internetu. Kampania odniosła bezprecedensowy sukces, została nagrodzona wieloma prestiżowymi nagrodami, m.in. Papierowym Ekranem za najlepszy serwis elektroniczny o czytelnictwie. O efektywności tej akcji świadczą statystyki, które wykazują milion odsłon tygodniowo.

Biblioteki i inne organizacje działające na rzecz kształtowania postaw czytelniczych wciąż poszukują nowych, niekonwencjonalnych metod dotarcia do czytelników. Wśród nich możemy wymienić kilka. #ColourOurCollections polega na udostępnianiu bezbarwnych grafik z bibliotecznych kolekcji cyfrowych w formie kolorowanek, #Sleeveface to fotografowanie osoby z zasłoniętą przez okładkę książki lub płyty częścią ciała, w efekcie powstaje portret czytelnika z książkowym alter ego. W ramach akcji #Book4Tat bibliotekarz wróży z tatuażu czytelnika i na podstawie tej wróży proponuje odpowiednią lekturę – akcja ta prowadzona jest na bibliotecznych kontach Twittera.

Tego typu przedsięwzięć jest znacznie więcej, czasami przybierają one karykaturalne lub bardzo kontrowersyjne formy. Musimy jednak pamiętać, że z książkami jest trochę jak z celebrytami: „nieważne, jak o nich mówią, byleby było o nich głośno!”. Wszelkie działania, które przyciągają potencjalnych czytelników, które tych czytelników zatrzymują w kręgach miłośników książek, są doceniane i chętnie naśladowane przez rozmaite gremia. Miłośnicy książek zawsze powinni głośno mówić o pasji czytania, zagorzale dzielić się wrażeniami i refleksjami wywołanymi lekturą. Głos prawdziwych pasjonatów działa infekcyjnie, zaraża otoczenie i jest najlepszą zachętą do czytania.

Kazimierz Kutz powiedział kiedyś, że „człowiek składa się w połowie z książek, które przeczytał”. Pozostaje więc żywić nadzieję, że jak najwięcej osób, które – z różnych przyczyn – nie poświęcały zbyt dużo czasu książkom, zechce stworzyć swoje literackie „drugie ja”.

**Ewa Mec**

*Artykuł pochodzi z „Kalejdoskopu” 6/2022.*