

**Karolina Galant**  
Uniwersytet Gdański  
e-mail: galant.kar@gmail.com

## Charakterystyka i przegląd akcji promujących czytelnictwo

**Słowa kluczowe:** czytelnicy, promocja czytelnictwa, imprezy biblioteczne

**Abstrakt:** W artykule zaprezentowano wyniki analizy dotyczącej form promocji czytelnictwa. Uwzględniono akcje promujące czytelnictwo przygotowywane przez biblioteki oraz inne podmioty, nawet te niezwiązane z książką. Zaprezentowano informacje na temat typów organizatorów wydarzeń literackich, typów odbiorców oraz form organizacji poszczególnych imprez.

**Keywords:** readers, promotion of reading, library events

**Abstract:** The article presents the results of the analysis concerning the forms of reading promotion. Actions promoting reading prepared by libraries and other entities, even those unrelated to the book, are included. Information was presented with regards to the types of organizers of literary events, types of recipients and forms of organization of individual events.

Wydaje się, że temat promocji czytelnictwa jest dziś stosunkowo często poruszany w przestrzeni publicznej. Podejmują go nie tylko specjaliści (wykładowcy, nauczyciele, bibliotekarze), ale również osoby publiczne niezajmujące się na co dzień książką, jak np. aktorzy, prezenterzy telewizyjni, muzycy. Należy zadać pytanie: dlaczego tak się dzieje? Co skłania do podejmowania tematu czytelnictwa w Polsce? Okazuje się, że po prostu czytamy niewiele.

Chyba nikogo nie trzeba przekonywać o tym, jak wielką wartość niesie ze sobą literatura oraz jak bardzo wpływa na czytelnika. Mimo to, analizując poziom czytelnictwa w Polsce i na świecie, można dojść do wniosku, iż społeczeństwo o owym wpływie literatury zapomniało. Warto więc mu o tym przypomnieć. By lepiej rozwinąć myśl i temat, można podzielić czytelników ze względu na ich wiek, tworząc tym samym cztery grupy odbiorców: dzieci, młodzież, osoby dorosłe i osoby starsze. Warto podkreślić, że dla członków każdej z tych grup zalety czytania książek są trochę inne.

Dużą grupę czytelników tworzą dzieci i młodzież, a więc odbiorcy młodszy. Grupa ta jest najbardziej zróżnicowana i zarazem bardzo ważna – dlatego warto poświęcić jej więcej uwagi. Grupę dzieci można podzielić, uwzględniając wytyczne IFLA, według których formację tę tworzą niemowlęta i małe dzieci, dzieci oraz dzieci starsze czyli młodzież [4; 5; 6].

Do grupy małych dzieci zaliczane są niemowlęta (od momentu narodzin do 12 miesięcy) oraz dzieci do trzeciego roku życia. W tej grupie nacisk kładzie się przede wszystkim na odpowiednio ukierunkowaną zabawę dziecka oraz odpowiedni dobór zabawek – najlepiej edukacyjnych. Środowisko, w jakim od pierwszych swych dni przebywa dziecko, ma bardzo duży wpływ na jego dalszy rozwój.

Do kolejnej grupy zalicza się dzieci od 3 do 13 roku życia. W tym przedziale wiekowym umiejętnościami, na których koniecznie trzeba się skupić, są nauka pisania i czytania. Dziecko dojrzewa, kształcą się jego zainteresowania i charakter – odpowiedni dobór lektur jest więc kluczowy.

Odrębną grupę czytelników stanowi młodzież. Jak można przeczytać w wytycznych IFLA: „grupa docelowa (młodzież) może być definiowana jako zespół jednostek między dzieciństwem a dorosłością. Każda biblioteka powinna sama określić przedział wieku odpowiadający definicji młodzieży, gdyż może to zależeć od kraju i kontekstu kulturowego. Ogólnie, pod uwagę brany jest przedział wieku od 11 do 18 lat. Może być on rozszerzony o młodzież mającą ponad 18 lat w zależności od kraju i kontekstu kulturowego” [4, s. 3].

Dorośli tworzą następny, całkiem odmienny, zespół czytelników literatury. Do tej grupy należą osoby w wieku produkcyjnym, a więc te, które hipotetycznie wykonują pracę przynoszącą dochód. W tej formacji jednak nie wiek rozstrzyga o przynależności, gdyż czynnikiem decydującym staje się rola społeczna, którą pełni dana osoba. Koniecznie jest zatem wydzielenie seniorów z grupy odbiorców dorosłych, gdyż odbiorcy będący w okresie „jesieni życia” mają całkiem inne potrzeby i oczekiwania czytelnicze.

Po scharakteryzowaniu przyjętej klasyfikacji warto przejść do szczegółowego opisu profilu czytelniczego każdej z grup oraz wymienienia funkcji literatury w poszczególnych formacjach. Tak jak zostało podkreślone już wcześniej, funkcje te będą różnorakie i trochę inaczej ukierunkowane. Na koniec trzeba jeszcze dodać, że fakt, iż poszczególne walory czytania zostały przyporządkowane konkretnym grupom wiekowym nie znaczy, że wartości te pojawiają się tylko i wyłącznie w danej grupie. Zastosowany podział wynika raczej z tego, że dla każdej formacji pewne walory są po prostu charakterystyczne, co nie znaczy oczywiście, że nie występują w innym zespole wiekowym.

Pierwszą z omawianych grup będzie ta, która obejmuje najmłodszych odbiorców – a więc niemowlęta i dzieci do lat 3. Wpływ czytania na małe dzieci oraz zadania bibliotek z nimi związane dobrze przybliży dokument IFLA, w którym czytamy, że:

Badania naukowe nad rozwojem mózgu wskazują na bezdyskusyjny wpływ mówienia, czytania i śpiewania małym dzieciom na rozwój języka. Środowisko dziecka ma znaczący wpływ na rozwój jego przyszłych umiejętności językowych, lekturowych. Środowisko stymulujące rozwój języka potrzebuje równocześnie książek i innych materiałów. Na całym świecie rodziny potrzebują dostępu do źródeł, jakimi dysponują ich biblioteki. Proponując wybór dokumentów i różnych zajęć, biblioteki publiczne pozwalają niemowlętom, najmłodszym dzieciom i ich opiekunom znaleźć miejsce przyjazne, z przeznaczonymi dla nich zbiorami, gdzie mogą odkryć radość z wyliczanek, piosenek, książek, zabawek odpowiednich do ich wieku. Bycie użytkownikiem biblioteki to pierwsze doświadczenie społeczne, które wyzwala ciekawość i wyobraźnię. Szczególny związek, jaki się tworzy dzięki zabawkom edukacyjnym, puzzlom, książkom, zabawkom wpływa na późniejszy, uprzywilejowany

stosunek dziecka do książki. Miejsce bogate w książki jest kamieniem węgielnym w późniejszej nauce czytania i jeszcze później pisania. Poza tym wczesne pozytywne doświadczenie pozostawia na dalsze życie zainteresowanie czytaniem i jego nauką [6, s. 2–3].

Jak widać, przygodę z książką warto zacząć z dzieckiem już od najmłodszych lat. Odpowiedni i celowy dobór lektur, gier, zabawek, którymi bawi się dziecko, może bardzo dobrze wpłynąć na jego dalszy rozwój. W wypełnieniu tego zadania rodzicom mogą pomóc nowoczesne biblioteki, które dają możliwość wszechstronnego rozwijania umiejętności dzieci, bez konieczności wydawania przy tym pieniędzy (zabawki edukacyjne potrafią sporo kosztować; idąc do biblioteki i korzystając z ogólnodostępnych zabawek – oszczędzamy pieniądze, zaś ciekawe zajęcia inspirują dziecko).

Kolejną z omawianych grup jest ta, do której należą dzieci w wieku od 3 do 13 lat. O wpływie książek na proces rozwoju dziecka pisze się dzisiaj dużo. O jego znaczeniu świadczą takie akcje promujące czytelnictwo jak „Cała Polska czyta dzieciom” czy „Poczytaj mi Mamo, poczytaj mi Tato”. Wpływ lektury na dziecko jest wszechstronny i nie da się go scharakteryzować w kilku zdaniach, dlatego poruszone zostaną jedynie kwestie najważniejsze.

Anna Brzezińska, w swym *Wprowadzeniu* do książki *Czytanie i pisanie – nowy język dziecka*, pisze, jak ważna jest nauka czytania w pierwszych latach życia dziecka. Swój sąd motywuje tym, że: „słowo drukowane», a więc różnego rodzaju opracowania książkowe, czasopisma, mapy, informatory jeszcze przez długie lata będą najważniejszym źródłem wiedzy o świecie i rządzących nim prawidłowościami”. Wymienia również wiele korzyści wynikających z czytania: „Pełne, prawidłowe opanowanie obu tych umiejętności [czytania i pisania – przyp. aut.] uwalnia dziecko w dużym stopniu od pomocy osób dorosłych [...], pozwala mu na samodzielne zgłębianie różnych dziedzin wiedzy, na wyszukiwanie informacji potrzebnych np. do rozwiązania jakiegoś problemu, na zapisywanie własnych przemyśleń, czy wreszcie na komunikowanie się z innymi ludźmi za pomocą pisma” [2, s. 8–9]. Brzezińska wymienia więc walory książki ważne szczególnie dla dzieci. Jej wywód może uzupełnić artykuł Iwony Chądryńskiej (psychologa dziecięcego i terapeuty pedagogicznego). Jak pisze Chądryńska: „specjaliści zajmujący się rozwojem dziecka w sposób szczególny podkreślają wpływ czytania na aktywizację pięciu obszarów kompetencyjnych: komunikacji, odpoczynku, inteligencji emocjonalnej, koncentracji i emocji” [3]. Czytanie poszerza umiejętności językowe dziecka. Uczy poprawnej polszczyzny – fleksji, składni, ortografii i interpunkcji. Zwiększa również zasób słownictwa. Wszystkie te rzeczy powodują kształtowanie umiejętności samodzielnego myślenia i formułowania wypowiedzi, co tak ważne jest w komunikacji społecznej.

Kolejnym obszarem charakteryzowanym przez Chądryńską jest odpoczynek. Oczywiście nie tylko dla dzieci czytanie jest chwilą relaksu i odpoczynku, ale to właśnie one mogą mieć problemy z wyciszeniem się i uspokojeniem. Literatura jest więc dla nich świetnym sposobem na naukę dłuższego skupienia, skoncentrowania i zrelaksowania. Uczy dzieci zdystansowania się od emocji i wrażeń, co ważne jest zarówno w toku kształcenia w szkole, jak i w ramach wychowania w domu. Czytanie wpływa również na rozwój inteligencji emocjonalnej dziecka, a robi to na kilka sposobów. Przede wszystkim, przeczytanie całej książki

wymaga od dziecka podjęcia pewnego rodzaju wysiłku, działania i dążenia do osiągnięcia celu, jakim jest wytrwanie do końca lektury. To kształtuje u dziecka cierpliwość i konsekwencję w działaniu. Kolejnym walorem czytelnictwa wśród dzieci jest niejako samoistne ćwiczenie się podczas procesu lektury w koncentracji i skupianiu uwagi. Jak wiadomo, niezdolność do dłuższego skupienia uwagi charakterystyczna jest dla dzieci w okresie wczesnoszkolnym, jednak niećwiczone, może stać się „piętą Achillesową” nawet nastolatka. Czytanie bardzo dobrze wpływa na wydłużenie czasu koncentracji u dziecka, pozwala również nabywać umiejętność natychmiastowego przejścia w stan skupienia (tak ważny na przykład podczas lekcji).

Ostatnim z pięciu obszarów kompetencyjnych są emocje: „treść książki często staje się pretekstem do rozmowy z rodzicami czy rówieśnikami na ważne dla dziecka tematy. Czytanie odpowiednich książek jest polecane jako forma leczenia psychoterapeutycznego dzieci nieśmiałych, nadmiernie agresywnych, z szeroko pojętymi trudnościami w rozwoju emocjonalno-społecznym. Książka może pomóc zarówno w poznaniu sytuacji, z którymi dziecko się nie zetknęło, jak też posłużyć za temat rozmowy o trudnych emocjach, których samo doświadcza. Czytanie uczy empatii i wrażliwości” [3].

Iwona Chądryńska porusza najważniejsze kwestie i zagadnienia związane z wpływem książki na młodego czytelnika. Jak widzimy, jest on wszechstronny, dlatego można powiedzieć, iż czytanie jest nieocenioną wartością i umiejętnością, którą należy pielęgnować i rozpowszechniać. W tych działaniach pomoc mogą biblioteki, na których „spoczywa szczególna odpowiedzialność wspierania procesu uczenia się czytania oraz promocji książek i innych dokumentów wśród dzieci. Biblioteka musi organizować specjalne imprezy dla dzieci, takie jak opowiadanie bajek czy akcje związane z innymi usługami, czy zbiorami. Dzieci należy zachęcać do korzystania z biblioteki od najmłodszych lat – wówczas jest bardziej prawdopodobne, że i w przyszłości pozostaną jej użytkownikami” [5, s. 2].

Podsumowaniem dotychczasowych rozważań dotyczących wpływu literatury na najmłodszych czytelników może być siedemnaście zalet książki, opracowanych przez Szwedzką Akademię Literatury Dziecięcej. Jak pisze Akademia, książki dla dzieci:

1. Pomagają rozwijać język i słownictwo, uczą rozumieć innych.
2. Rozwijają myślenie, dostarczają nowych idei i pojęć myślowych, rozszerzają świat i świadomość.
3. Pobudzają fantazję, uczą w wyobraźni budować obrazy.
4. Dostarczają wiedzy o innych krajach i kulturach, o przyrodzie, technice, historii, oraz o tym wszystkim, o czym chcielibyśmy dowiedzieć się czegoś więcej.
5. Rozwijają uczucia i zdolność empatii.
6. Dodają sił i zapału. Dostarczają rozrywki, potrafią rozśmieszyć, zasmucić, a także pocieszyć i wskazać nowe możliwości.
7. Mogą stawiać pytania, które angażują i pobudzają do dalszych przemyśleń.
8. Uczą etyki. Skłaniają do namysłu.
9. Mogą wyjaśnić rzeczywistość i pomóc w zrozumieniu zależności.
10. Mogą udowodnić, że często pytanie ma więcej niż jedną odpowiedź, a na problem da się spojrzeć z różnych stron.

11. Pomagają zrozumieć siebie oraz to, że inne osoby mają prawo do własnych odczuć i reakcji.
12. Książki pisarzy z innej epoki, czy innego świata, pokazują, że ich myśli i odczucia nie różnią się od naszych, a to buduje tolerancję dla innych kultur i zapobiega uprzedzeniom.
13. Są towarzyszami w samotności. Bez problemu można wziąć je ze sobą i czytać gdziekolwiek.
14. Są częścią naszego dziedzictwa kulturowego. Dzięki nim mamy wspólne doświadczenia i punkty odniesienia.
15. Czytanie na głos dzieciom jest źródłem radości także dla dorosłych oraz buduje pomost między pokoleniami.
16. Książki dla dzieci stanowią pierwsze spotkanie z literaturą. Nie należy go zbagatelizować, bo od niego zależy późniejszy kontakt dzieci z książkami.
17. Literatura dziecięca wzbogaca kulturę kraju, a także daje pracę wielu ludziom: pisarzom, ilustratorom, wydawcom, redaktorom, drukarzom, recenzentom, księgarzom, bibliotekarzom... Literaturę dziecięcą można również eksportować, przynosząc krajowi dochód i uznanie za granicą [5, s. 2].

Ilość obszarów uwzględnionych w wymienionych zasadach dobrze podkreśla wagę omawianego problemu. Ponadto wiele z owych zasad można odnieść do pozostałych grup odbiorców, dlatego zostały przytoczone w całości. Ujmują one bardzo szczegółowo omawiane zagadnienie, a utożsamiać mógłby się z nimi każdy czytelnik, w jakimkolwiek wieku. Mimo to nadal warto pamiętać, że wpływ lektury na rozwój człowieka jest największy w grupie dzieci. Nawyk czytania nabyty w dzieciństwie przyniesie wiele korzyści również w późniejszym okresie, na czym skorzysta przede wszystkim dziecko, ale również jego rodzice i otoczenie.

Jeśli literatura dla dzieci młodszych jest tak ważna, to jak będzie w przypadku dzieci trochę starszych – czyli młodzieży? Również do nich można odnieść większość z siedemnastu wymienionych wcześniej zalet książki, ale nacisk na poszczególne punkty będzie już zupełnie inny. Młodzież jest tą grupą, na którą coraz trudniej jest wywrzeć jakiś wpływ. Stąd, jeśli zamiłowanie do literatury nie zostało zaszczipione w dzieciństwie, trudno będzie nastolatków przekonać do lektury teraz, kiedy wraz z wiekiem przybywa możliwości spędzania wolnego czasu. Nastolatek może spotykać się z przyjaciółmi, chodzić do kina, na spacer, uprawiać różne sporty. Staje się jednostką coraz bardziej autonomiczną, która spośród wielu atrakcyjnych form spędzania czasu niekoniecznie wybierze tę związaną z czytaniem książek. Jeśli jednak nastolatek zdecyduje się na sięgnięcie po książki – na pewno na tym skorzysta. W jaki sposób? Przede wszystkim literatura nadal będzie odgrywać funkcję edukacyjną (i pewnie odgrywa ją we wszystkich grupach, ale w najmłodszych jest najistotniejsza). W przypadku nastolatków umiejętność pisania i czytania jest już całkowicie wykształcona, nadal jednak konieczne jest jej ciągle rozwijanie, poszerzanie zakresu słownictwa, znajomości określonych reguł gramatycznych czy interpunkcyjnych. Nastolatek w lekturze odnajdzie więc coś zupełnie innego; już nie będzie zapoznawał się ze słowami i ich konkretnym

znaczeniem, a zwróci uwagę na ich łączliwość, semantykę i konotacje. Tak pozyskana wiedza rozwinięta nie tylko jego zdolności komunikacyjne, ale sprawi, że będzie mógł sięgać po bardziej wymagające lektury. Owe lektury zaś będą mogły poszerzyć w sposób znaczny jego zakres wiedzy ogólnej. Jak widać, jest to całkiem odmienny profil czytelnika. Analizując go, trzeba wziąć pod uwagę niezwykle dynamiczny rozwój omawianej grupy. Najmłodszy, którzy są do niej zaliczani, dopiero co skończyli szkołę podstawową, najstarsi zaś mogą już studiować. Tak więc uwagę będą przykuwać nadal proste teksty, ale też zainteresowanie mogą wzbudzić teksty filozoficzne czy psychologiczne. Wszystkie je łączy jednak jedno – bardzo pozytywnie wpływają na osoby z nimi obcujące, ponieważ sprzyjają nie tylko rozwojowi języka, ale również rozwijają i ukierunkowują zainteresowania nastolatka, stają się alternatywą dla używek i innych niebezpieczeństw, na które ta grupa wiekowa jest szczególnie narażona. Lektury w tym wieku odgrywają dużą rolę w kształtowaniu światopoglądu, mogą być inspiracją dla dalszego poszukiwania wiedzy i rozwijania jej w praktyce (przykładowo sięgnięcie po książkę o żeglarstwie może dać początek wielkiej pasji). Książki w istotny sposób mogą również przyczynić się do wyboru dalszej ścieżki życiowej odbiorcy. Dobrze dobrane mogą świetnie „wprowadzić” nastoletniego czytelnika w dorosłe życie – pomóc wybrać ścieżkę zawodową, wyjaśnić otaczającą rzeczywistość i kształtować charakter.

W dotychczas omówionych grupach wiekowych dominowała edukacyjna funkcja literatury. Jak jest w przypadku ludzi dorosłych? Na pewno wspomniana funkcja tu nie zanika, wszak uczymy się przez całe życie. Człowiek dorosły również się rozwija, lecz, w odróżnieniu od poprzednich grup, przedmiot swej nauki wybiera sam, nikt mu go nie narzuca. To on decyduje o tym, czy chce rozpocząć kurs języka obcego (a tym samym studiować podręcznik), czy zająć się dramataми norweskimi i czytywać w dzieła Henrika Ibsena. Podsumowując, pierwszym ważnym wyróżnikiem grupy dorosłych jest w pełni świadomy i wolny wybór lektury (w odróżnieniu od grupy dzieci, gdzie książki dobierają dorośli oraz grupy młodzieży, gdzie wybór ów nie jest do końca wolny – kontrolują go zarówno rodzice, jak i nauczyciele). Kolejną właściwością tej grupy jest to, iż w jej przypadku dużą rolę odgrywa literatura fachowa związana z konkretną tematyką i służąca specjalistyczną wiedzą – u krawcowej znajdziemy książkę o krojach i rodzajach spodni, u inżyniera – o konstrukcjach czy dociepleniach, zaś u muzyka szeroki wybór partytur. Funkcją książki staje się więc poszerzanie wiedzy, ale już nie tej ogólnej, a fachowej i dokładnie ukierunkowanej. Wybór lektury może więc zależeć od zawodu czy wykonywanego fachu.

Lektura nie jest jednak związana tylko z pracą oraz wiążącymi się z nią obowiązkami – pozwala również minimalizować stres. Omawiana grupa wiekowa często narażona jest na dużą dawkę stresu, co bezpośrednio związane jest z nadmiarem obowiązków i znikomą ilością wolnego czasu. Każdy człowiek w inny sposób odciąża napięcie, jeden spotyka się ze znajomymi, inny pójdzie do kina, kolejny wybierze się na spacer, a jeszcze inny sięgnie po książkę – i choć tych ostatnich jest mało, to warto, a nawet trzeba ich w tym momencie odnotować, wszak mówimy o relaksującym wpływie lektury. Książka pozwala się wyciszyć, zapomnieć o trudnościach i zmartwieniach dnia codziennego, a lektura to czas, w którym człowiek robi coś tylko dla siebie, dba o swoją psychikę i stabilność emocjonalną, może cieszyć się ciszą i spokojem. Chyba nic tak dobrze nie odpręża jak dobra książka i kojąca nerwy

cisza podczas czytania. Mało rzeczy jest w stanie dać człowiekowi chwilę prawdziwego relaksu – na pewno nie zapewnia ich telewizor czy miejski tłok, za to lektura i muzyka – już tak. Owo poczucie zadowolenia może dać człowiekowi również kontakt z drugim człowiekiem. W tym momencie można zauważyć kolejny walor literatury – czytanie czyni nas interesującymi rozmówcami, podnosi naszą samoocenę. Dzięki znajomości książek mamy o czym rozmawiać z innymi, ponadto – nasze zainteresowania czytelnicze są bardzo dobrą wizytówką, kreują nasz wizerunek. Człowiek czytany jest inaczej traktowany przez społeczeństwo.

Widzimy więc, jak wiele kwestii grupę dorosłych wiąże z grupami wcześniej opisywanymi, a jak wiele dystansuje. Dorośli z biegiem czasu przekształcają się w ostatnią z grup – grupę seniorów. Jej wyróżnikiem będzie przede wszystkim poprodukcyjność – zalicza się tu bowiem osoby niepracujące, mające dużo wolnego czasu, który poświęcają temu, na co wcześniej go nie miały.

Dla osób starszych książki mogą okazać się wypełnieniem pustki. Zdaża się, że po zakończeniu kariery zawodowej niektórzy źle znoszą zbyt dużą ilość niezagospodarowanego czasu. Dobrą receptą na to może być właśnie lektura, która oprócz tego, że nie pozwoli osobie starszej zwyczajnie się nudzić, to jeszcze pod wieloma względami bardzo dobrze na nią wpłynie. Tak jak w wieku dziecięcym książka pomagała ćwiczyć mózg, wprowadzała nowe słownictwo, poszerzała wiedzę, tak w przypadku osoby starszej może odświeżać, przypominać i pobudzać do myślenia. Działanie to jest szczególnie ważne w podeszłym wieku, gdyż, jak wiemy, wraz z nieuchronnym upływem czasu procesy myślowe stają się coraz wolniejsze – człowiekowi dłużej zajmuje zrozumienie danego problemu czy znalezienie odpowiedniego słowa. Czynna lektura nie pozwoli na stagnację i umożliwi zachowanie sprawności komunikacyjnej. Często dzieje się też tak, że osoby starsze w wolnym czasie nadrabiają to, na co nie mogły sobie dotychczas pozwolić – czynnie zajmują się ogrodem, rozwijają umiejętności kulinarne czy uzupełniają braki czytelnicze. Z tym wiąże się jeszcze inna kwestia – pozyskiwanie nowych lektur wymusza na osobie starszej wyjście z domu, co jest kolejnym walorem książki w tej grupie wiekowej. Po zakończeniu kariery zawodowej ludzie często zamykają się w domach, ograniczają swą aktywność – nie tylko sportową, ale również społeczną czy kulturalną. Konieczność pozyskania lektury wiąże się z pójściem do księgarni, a częściej biblioteki, gdzie „czekają” już różne wydarzenia kulturalne, przygotowywane przez bibliotekarzy właśnie dla tej grupy. Są więc różnego typu wystawy, spotkania z ciekawymi ludźmi (autorami książek, podróżnikami, muzykami, aktorami), przedstawienia, minikoncerty, wernisaże oraz, co może najważniejsze dla osoby samotnej – inni ludzie, będący często w podobnym wieku. Wszystko to daje możliwość poznania nowych osób, porozmawiania z nimi, być może pogłębienia znajomości już poza biblioteką, ale również uczestnictwa w bardzo ciekawych wydarzeniach kulturalnych, rozwijania swych dotychczasowych pasji lub zwrócenia uwagi na inne, wcześniej nieznanne. Książki mogą też stać się sposobem na uzupełnienie konkretnej wiedzy (literatura naukowa, popularnonaukowa), przeżywanie wzruszeń (beletrystyka) czy rozwijanie nabytych już umiejętności (poradniki).

Podsumowując niniejsze rozważania, warto jeszcze raz podkreślić, jak duży wpływ na człowieka ma czytanie książek. Dla odbiorców najmłodszych wpływ ten będzie najistotniejszy i właśnie dlatego dorośli powinni zadbać o to, by dzieci obcowały z literaturą jak

najwcześniej. Później, w okresie dorastania, obowiązkiem jest podsuwanie młodzieży takich lektur, które nie tylko czegoś nauczą, ale które również zainteresują i będą stanowić uzupełnienie pasji i hobby. Dorośli sami dobierają sobie odpowiednie pozycje książkowe, dlatego w ich przypadku problemem jest rzadkie sięganie po lektury. Natomiast ludziom starszym, podobnie jak młodzieży, można podsuwać odpowiednie książki, takie, które wypełnią ich wolny czas i pozwolą w pełni czerpać z niego przyjemność.

Biorąc pod uwagę walory czytania, chciałoby się stwierdzić, że nie pozostaje nic innego, tylko iść do biblioteki i wypożyczyć interesującą książkę, czerpiąc z tego wiele satysfakcji i innych korzyści. Tak się jednak nie dzieje. Coraz mniej osób sięga dziś po książki, bardzo duży odsetek osób nie czyta ich wcale.

Głównym ośrodkiem badającym czytelnictwo w Polsce jest Biblioteka Narodowa, która co roku publikuje swoje raporty. Ostatni z nich dotyczy 2019 r. Jak czytamy na stronach Biblioteki Narodowej:

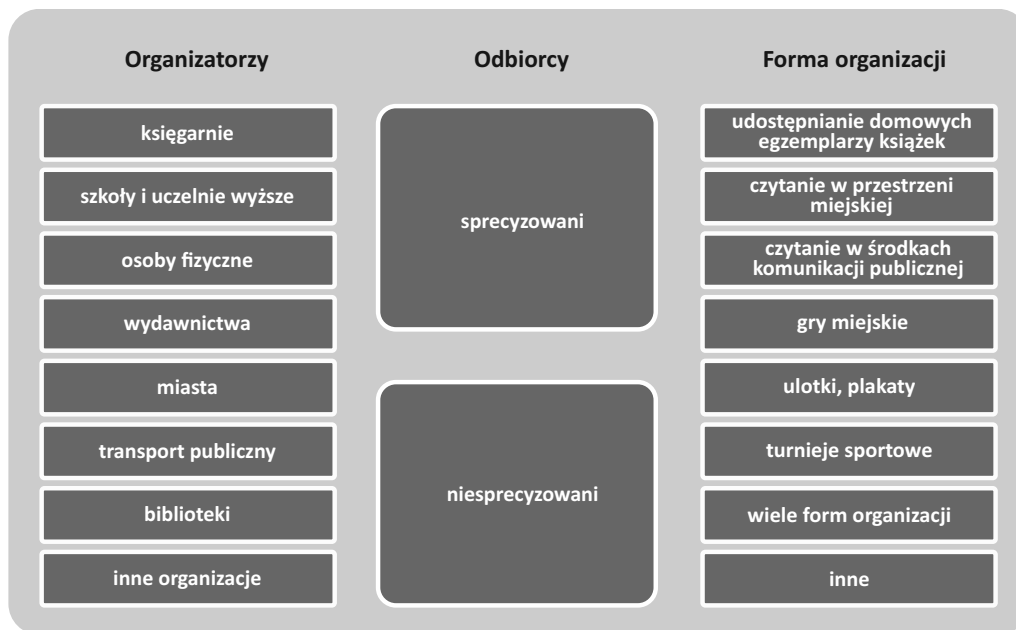
W 2019 r. 39% Polaków zadeklarowało przeczytanie przynajmniej jednej książki. W podstawowych źródłach pozyskiwania książek czytelnicy wskazali: zakup (41%), pożyczanie od znajomego (35%), prezent (31%), wypożyczenie z biblioteki (27%) i własny księgozbiór (20%). Po raz pierwszy od 2012 r. listę autorów najczęściej wymienianych książek otwiera aż trzech pisarzy współczesnych, wygrywających pod względem popularności – Remigiusz Mróz, Olga Tokarczuk i Stephen King. W masowym obiegu czytelnictwa znajdują się także stale przedstawiciele klasyki literatury pięknej – Henryk Sienkiewicz i Adam Mickiewicz [1].

Jest to informacja krzepiąca, ponieważ wskazuje na lekki wzrost czytelnictwa względem lat poprzednich. Niepokój budzą jednak badania pokazujące tendencje, jeśli chodzi o sposób spędzania wolnego czasu przez nastolatków [10; 11]. Postępuje alienacja społeczna dzieci i młodzieży, zwiększa się zaś liczba godzin poświęcana na użytkowanie mediów elektronicznych. Bez wątpienia istotna jest tu rola bibliotek, która może wpływać na zainteresowanie książką oraz zwiększanie integracji społecznej, poprzez różnego rodzaju akcje i programy [zob. m.in. 7; 8; 9]. Działań promujących czytelnictwo z roku na rok przybywa. Z biegiem czasu przybierają one również coraz bardziej nowoczesny wymiar, a wszystko po to, by w świecie obrazu i komputeryzacji przypomnieć ludziom o pięknie i pożytku słowa pisanego.

Ze względu na wielką różnorodność programów promujących czytelnictwo, podczas ich omawiania warto posłużyć się klasyfikacją. W niniejszych rozważaniach został przyjęty podział przedstawiony na rysunku 1.



**Rysunek 1.** Klasyfikacja programów promujących czytelnictwo



**Źródło:** opracowanie własne.

Punktem wyjścia przyjętego podziału jest fakt, że każda akcja posiada organizatora, czyli osobę lub grupę osób, które są pomysłodawcami danego przedsięwzięcia. Najczęściej promocją czytelnictwa zajmują się biblioteki – i nie ma w tym nic dziwnego, wszakże od tego poniekąd zależy ich istnienie. Jednak gdy zapoznać się bliżej z poszczególnymi akcjami, można zauważyć, że w większości przypadków biblioteki nie są ich jedynymi organizatorami. Przyczynę takiego stanu rzeczy nietrudno odnaleźć – gdyby biblioteki ograniczały się tylko do przysłowiowych czterech ścian własnych instytucji, akcje przez nie przeprowadzane zyskałyby prawdopodobnie mały rozgłos. Wydaje się więc, że znalezienie odpowiedniego partnera, który nie tylko pozwoli bardziej rozpropagować dane przedsięwzięcie, ale również wesprze wydarzenie finansowo, jest korzystne dla placówek kulturalnych.

Bardzo często biblioteki współpracują z władzami miast lub gmin, które są ich organami prowadzącymi. Taka współpraca jest owocna dla obu stron. Biblioteki przede wszystkim dostają wsparcie finansowe, dzięki czemu informacja o danej akcji promującej czytelnictwo może dotrzeć do wielu ludzi (za pośrednictwem Internetu, banerów reklamowych, plakatów czy ulotek). Poza tym, większy nakład finansowy mnoży możliwości promocji. Dzięki współpracy z urzędami miast biblioteki mogą również wykorzystać inne instytucje od nich zależne, jak na przykład spółki komunikacji miejskiej. Warto odnotować, że wiele akcji czytelniczych przeprowadzanych jest właśnie w tramwajach czy autobusach poruszających się po naszych miastach. Innym podmiotem, z którym chętnie współpracują biblioteki, są księgarnie. Dla tych instytucji również korzystne jest promowanie czytelnictwa,

gdyż większy odsetek czytających wiąże się zwykle z wyższym przychodem ze sprzedaży książek.

W dzisiejszych czasach książka powoli staje się towarem luksusowym, po który chętniej sięgają osoby z wyższym wykształceniem. Dlatego wiele firm chce być związanych z książką, choć ich główny cel działalności jest całkiem odmienny. Dzieje się tak na przykład, gdy współorganizatorem akcji promującej czytanie staje się pizzeria czy sieć znanych fast foodów. Przykład promocji czytelnictwa w lokalach o charakterze gastronomicznym nie jest już dziś rzadkością – istnieje wszak wiele lokali, kafejek czy restauracji, których tematem przewodnim, oprócz oczywiście jedzenia, jest właśnie książka, jak w przypadku kampanii marketingowej McDonalds.

W każdą akcję czytelnictwa wpisany jest odbiorca, który jest adresatem wszystkich programów promujących czytelnictwo. W przygotowanej klasyfikacji zastosowano podział odbiorców na dwie zasadnicze grupy: konkretnie zdefiniowane przez organizatorów akcji grupy społeczne oraz użytkowników i odbiorców bliżej niezdefiniowanych, do których adresowane są akcje o charakterze ogólnym.

Ostatnim elementem każdego wydarzenia czytelniczego jest forma jego organizacji, czyli sposób przeprowadzenia, wykorzystane środki oraz zastosowane rozwiązania. W tym przypadku możliwości jest naprawdę wiele, a wyróżnione zostały te najczęściej spotykane. Wśród nich pojawiła się przestrzeń publiczna. Wydaje się, że większość akcji czytelnicznych prowadzonych jest właśnie w szeroko pojętej przestrzeni publicznej. Są to więc nie tylko budynki bibliotek czy pomieszczenia innych instytucji kultury, ale również parki, skwery, a nawet ulice. Niektóre akcje czytelniczne wprost opierają się na założeniu, że czytać można i wręcz trzeba wszędzie.

Jeśli czytać trzeba wszędzie, to na pewno dobrym rozwiązaniem jest zabranie książki do autobusu czy pociągu. Dzisiaj każdy z nas żyje szybko, nie ma czasu na relaks czy kilka minut tylko dla siebie, a więc często nieczytanie wynika właśnie z zabiegania. By temu zapobiec, należy wykorzystywać na czytanie każdą wolną chwilę w ciągu dnia, spędzaną na przykład na dojeździe do pracy, uczelni czy szkoły. Akcji promujących czytelnictwo w środkach komunikacji miejskiej czy transportu kolejowego jest naprawdę wiele. Wydaje się, że książka w połączeniu z wolnym czasem podczas podróży może dać pożądaną efekt zaciekawienia słowem pisanym.

Akcje czytelniczne często prowadzone są też w Internecie. Taka forma organizacji ma wiele plusów. Przede wszystkim bazuje na środowisku, w którym każdy przebywa codziennie przez długi czas. Poza tym, dzięki inicjatywie wielu osób, samo przeprowadzenie akcji oraz jej nagłośnienie nie jest aż tak kosztowne. Czasami wystarczy oryginalny pomysł, żeby odnieść sukces. Mimo wielu pozytywnych stron takiego rozwiązania wydaje się, że i tak nie zastąpi ono w pełni tych programów, które proponują uczestnikom bezpośredni kontakt z książką. A przecież to pozostaje głównym celem – zachęcenie jak największej liczby osób do sięgnięcia po fizyczny przedmiot, jakim jest książka.

W tabeli 1 przedstawiono wybrane programy promujące w Polsce czytelnictwo, przeprowadzone w latach 2001–2015. Tak naprawdę jest ona tylko zaledwie reprezentacją tego,

co rzeczywiście działo się w kraju w tych latach, gdyż nie sposób przedstawić wszystkich licznie organizowanych akcji promocyjnych. Całość danych podzielono ze względu na uwzględnioną wcześniej klasyfikację (rys. 1), a więc wyróżniono nazwę programu, organizatora, odbiorców, formę organizacji oraz rok, w którym dane wydarzenie miało miejsce. Wydaje się, że te podstawowe informacje dadzą wystarczającą podstawę dla późniejszej analizy przedstawionych programów promujących czytelnictwo.

**Tabela 1.** Przykładowe programy promujące czytelnictwo, przeprowadzone w Polsce w latach 2001–2015

L.p.	Nazwa programu	Organizator	Odbiorca	Forma organizacji	Rok rozpoczęcia
1.	„A Ty do czego używasz książek?”	Empik	charakter ogólny	plakaty i inne materiały drukowane	2013
2.	Akcja Kolei Mazowieckich	Koleje Mazowieckie, Wydawnictwo Buchmann	pasażerowie KM	rozdawanie darmowych egzemplarzy kryminałów	2011
3.	„Cała Polska czyta dzieciom”	Fundacja ABCXXI – Cała Polska czyta dzieciom	charakter ogólny	wiele form organizacji	2001
4.	„Cały Wrocław czyta”	Wydział Edukacji Urzędu Miejskiego we Wrocławiu, Wrocławskie Centrum Doskonalenia Nauczycieli	dzieci i młodzież z Wrocławia	stawianie na terenie miasta skrzynek do bookcrossingu, stworzenie „bajecznych ławeczek”	2013
5.	„Czytaj KRK”	Krakowskie Biuro Festiwalowe, platforma e-bookowa Woblink	charakter ogólny (mieszkańcy Krakowa)	plakaty rozmieszczone w przestrzeni miejskiej, dzięki którym można pobierać darmowe e-booki	2014
6.	„Czytaj na ulicy i w tramwaju!”	Krakowskie Biuro Festiwalowe, platforma e-bookowa Woblink	charakter ogólny (mieszkańcy Krakowa)	plakaty rozmieszczone w przestrzeni miejskiej, dzięki którym można pobierać darmowe e-booki	2013
7.	„Czytaj! Zobacz więcej!”	Biblioteka Uniwersytetu Warszawskiego, Bibliocreatio	charakter ogólny (mieszkańcy Warszawy)	czytanie książek w przestrzeni miejskiej	2012
8.	„Czytam, bo lubię”	Szkoła Podstawowa nr 13 w Olsztynie, Multicentrum (MBP Olsztyn)	uczniowie klas IV-VI	warsztaty literackie	2013
9.	„Czytam, nie przeszkadzać”	MBP we Wrocławiu, Hala Stulecia	charakter ogólny (mieszkańcy Wrocławia)	czytanie książek w przestrzeni miejskiej	2012

L.p.	Nazwa programu	Organizator	Odbiorca	Forma organizacji	Rok rozpoczęcia
10.	„Czytam sobie”	Bibliocreatio	dzieci i młodzież	wiele form organizacji	2013
11.	„Czytam w podróży Herberta”	Fundacja im. Zbigniewa Herberta, Klub Herbertowskich Szkół	charakter ogólny	rozdawanie w przestrzeni miejskiej zakładek do książek z fragmentami utworów Herberta	2013
12.	„Czytamy gdzie indziej”	EUNIC Warszawa, Studio Teatralne Koło	charakter ogólny (mieszkańcy Warszawy)	popularyzacja czytania w różnych miejscach przestrzeni miejskiej	2010
13.	„Czytanie bajek buddyjskich”	MBP w Olsztynie (Abecadło)	dzieci i ich rodziny	czytanie bajek buddyjskich w bibliotece	2014
14.	„Czytanie łączy pokolenia”	Stowarzyszenie Bibliotekarzy Polskich (w ramach Tygodnia Bibliotek)	charakter ogólny	wiele form organizacji	2014
15.	„Czytanie w Pizza Hut”	MBP we Wrocławiu, Pizza Hut	klienci restauracji Pizza Hut we Wrocławiu	kąciki z książkami i w lokalu gastronomicznym	2011
16.	„Czytanie w tramwaju”	WiMBP w Gdańsku, ZKM Gdańsk	pasażerowie ZKM Gdańsk	udostępnianie książek w tramwajach	2013
17.	„Czytanie w trawie”	Wydawnictwo Format, Bibliocreatio, Skwer	charakter ogólny (mieszkańcy Warszawy)	czytanie książek w przestrzeni miejskiej	2012
18.	„Czytasz, słuchasz... Czwórka”	Polskie Radio	charakter ogólny (słuchacze „Czwórki” oraz mieszkańcy Warszawy)	możliwość słuchania książek w specjalnym kanale Polskiego Radia oraz na żywo – w przestrzeni miejskiej	2013
19.	Dni Literatury Dziecięcej	MBP w Opolu	dzieci i młodzież	wiele form organizacji	2003
20.	Europejska Noc Literatury (Wrocław)	Biuro Festiwalowe Impart 2016	charakter ogólny (mieszkańcy Wrocławia)	czytanie książek w przestrzeni miejskiej	2014
21.	„Książka na podryw”	Audioteka.pl, Entropia Słowa	młodzież	nagranie e-booków oraz wsparcie fundacji Wcześniak, dzięki ich sprzedaży	2013
22.	„Książka w podróży”	PKP	pasażerowie PKP	półki bookcrossingowe na dworcach PKP	2013
23.	„Książka za kraty”	Agnieszka Kłos	więźniowie zakładów karnych	zbieranie książek dla więźniów zakładów karnych	2009

L.p.	Nazwa programu	Organizator	Odbiorca	Forma organizacji	Rok rozpoczęcia
24.	„KsięgoZbiór”	KsięgoZbiór Łódź	charakter ogólny	wiele form organizacji	2011
25.	„Lublin czyta Papieża”	Ks. Mirosław Ładniak	charakter ogólny (mieszkańcy Lublina)	czytanie fragmentów papieskich tekstów w przestrzeni miejskiej	2014
26.	„Miejskie Podróże Książkowe”	MPK Poznań	pasażerowie MPK Poznań	udostępnianie darmowych audiobooków w środkach komunikacji miejskiej	2013
27.	„Nie czytasz? Nie idę z Tobą do łóżka!”	Grupa Twórcza Qlub Xsiążkowy	charakter ogólny	akcja internetowa	2011
28.	„Oczytany Poznań”	Miasto Poznań, Młodzieżowa Rada Konsultacyjna, Studencka Rada Miasta Poznania	charakter ogólny (mieszkańcy Poznania)	czytanie książek w przestrzeni miejskiej	2012
29.	„Pociąg do biblioteki”	WiMBP w Gdańsku, SKM	pasażerowie SKM	udostępnianie książek w wagonach SKM	2010
30.	„Pociąg do czytania. Daj się zWABić!”	PKP Intercity, Wydawnictwo W.A.B.	pasażerowie PKP Intercity	udostępnianie książek w wagonach PKP Intercity	2012
31.	„Poczytajze!”	Marcin Gnat, Korporacja Ha!art	klienci księgarni korporacji Ha!art	rabat na książki w księgarni korporacji Ha!art, możliwość darmowego czytania na miejscu	2015
32.	Radomska Wiosna Literacka	MBP w Radomiu	charakter ogólny (mieszkańcy Radomia)	wiele form organizacji	2014
33.	„Ściągnij książki z półki”	Wojewódzka i Miejska Biblioteka Publiczna w Gdańsku, ZKM Gdańsk	pasażerowie ZKM Gdańsk	udostępnianie kodów QR, dzięki którym można ściągnąć książkę w wersji elektronicznej na swój telefon	2013
34.	„Ustąp miejsca czytającemu”	Krakowskie Biuro Festiwalowe, MPK Kraków	pasażerowie MPK Kraków	zapewnienie wolnych miejsc do siedzenia czytającym	2011
35.	„Warszawa czyta”	Grupa Warszawa Czyta	charakter ogólny (mieszkańcy Warszawy)	szereg form promujących daną książkę	2013
36.	„Wiersze w metrze”	Warszawski Oddział Europejskiego Stowarzyszenia Narodowych Instytutów Kultury EUNIC, Miasto Stołeczne Warszawa	pasażerowie Metra Warszawskiego	udostępnianie fragmentów książek w wagonach Metra Warszawskiego	2010

L.p.	Nazwa programu	Organizator	Odbiorca	Forma organizacji	Rok rozpoczęcia
37.	„Wskaż mordercę w MPK”	MPK Wrocław	pasażerowie MPK Wrocław	promocja opowiadania „Gołoleź” J. Żwirskiego w formie konkursu, czytanie fragmentów opowiadania w środkach komunikacji miejskiej	2014
38.	„(Za)czytani w Gdańsku”	Miasto Gdańsk, Fundacja Gdańska	charakter ogólny (mieszkańcy Gdańska)	promocja czytania książek w przestrzeni miejskiej	2013

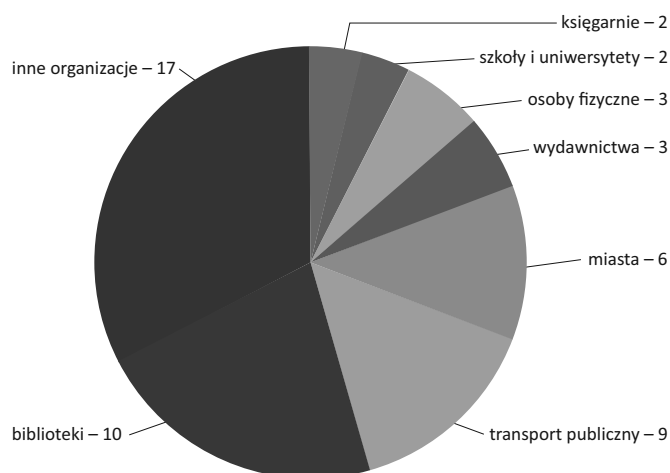
Źródło: opracowanie własne.

Jak można zauważyć, różnorodność programów promujących czytelnictwo jest naprawdę duża i występuje na każdej płaszczyźnie – zarówno wśród organizatorów (obok bibliotek pojawiają się na przykład lokale gastronomiczne czy spółki zajmujące się transportem pasażerskim), jak i form organizacji danego wydarzenia (nie tylko bezpośrednio udostępnianie egzemplarzy książek, ale również książek w wersji elektronicznej).

Wymienionych akcji czytelniczych jest tak wiele, a ich profile są tak różne, że do przedstawienia wniosków potrzebna jest dodatkowa analiza. Na wykresach kołowych zaprezentowano informacje dotyczące:

- organizatorów poszczególnych wydarzeń (rys. 2);
- odbiorców poszczególnych wydarzeń (rys. 3);
- form organizacji poszczególnych wydarzeń (rys. 4).

**Rysunek 2.** Organizatorzy akcji promujących czytelnictwo



Źródło: opracowanie własne.

Na rysunku 2. przedstawiono organizatorów poszczególnych akcji promujących czytelnictwo. Jak widać, najmniej programów czytelnictwa zostało zrealizowanych przez księgarnie, szkoły oraz uniwersytety. W kategorii księgarnie znajdziemy takie firmy, jak: sieć Empik (i akcja „A Ty do czego używasz książek?”) oraz księgarnię korporacji Ha!art, która była współorganizatorem wydarzenia „Poczytajże!”. W grupie szkół i uniwersytetów znalazły się takie placówki, jak: Biblioteka Uniwersytetu Warszawskiego (i akcja „Czytaj! Zobacz więcej”), jak również Szkoła Podstawowa nr 13 w Olsztynie, jako partner programu „Czytam, bo lubię”.

Kolejną kategorią organizatorów, która nie należy do najliczniejszych, są osoby fizyczne i wydawnictwa. Łącznie przeprowadzili oni sześć różnych akcji. Pośród osób fizycznych znajdują się: A. Kłós („Książka za kraty”), ks. M. Ładniak („Lublin czyta Papieża”) i M. Gnat („Poczytajże!”). Wśród wydawnictw można wymienić Wydawnictwo Buchmann (Akcja Kolei Mazowieckich), Wydawnictwo Format („Czytanie w trawie”) oraz Wydawnictwo W.A.B. („Pociąg do czytania. Daj się zWABić!”).

Wśród organizatorów znalazły się również miasta. Odgrywają one znaczącą rolę, ponieważ wspierają finansowo zarówno transport miejski, biblioteki, jak i wiele z podmiotów, które zostały zaliczone do ogólnej kategorii „inne organizacje”. Jednak mimo tego są akcje czytelnictwa, w których miasta pozostają głównymi organizatorami. Jest tak między innymi w przypadku akcji „Oczytany Poznań”, której współorganizatorem jest właśnie Miasto Poznań, w programie „Wiersze w metrze”, za który odpowiada między innymi Miasto Stołeczne Warszawa czy w wydarzeniu czytelnictwa „(Za)czytani w Gdańsku”, w które włączyło się Miasto Gdańsk.

Kolejnym typem organizatora jest transport publiczny. W tym przypadku zaskoczenie może być duże, ale okazuje się, że jego przedstawiciele włączyli się aż w 9 z 38 analizowanych akcji czytelnictwa, co daje nam trochę ponad 23% całości – prawie co czwarte wydarzenie czytelnictwa organizowane było przez podmioty zarządzające transportem publicznym. Zatem częściej akcje czytelnictwa organizuje się w środkach komunikacji publicznej niż w szkołach czy wydawnictwach. Co ważniejsze, biblioteki „wyprzedziły” przedstawicieli firm transportu miejskiego tylko jedną akcją czytelnictwa. Oczywiście, dobór analizowanych akcji ma charakter dowolny. Nie można zatem powiedzieć, że właśnie taka jest tendencja w naszym kraju, gdyż w tym celu trzeba by było zanalizować więcej akcji promujących czytelnictwo na przełomie wielu lat. Faktem jest jednak, że biblioteki na współorganizatorów tego typu wydarzeń często wybierają właśnie przewoźników pasażerskich. Jest tak najprawdopodobniej dlatego, że akcje czytelnictwa przeprowadzane w komunikacji miejskiej zyskują duży rozgłos, trafiają do dużej liczby odbiorców, a to przecież jest jednym z ich celów. Akcjami, w które włączyli się przewoźnicy pasażerscy, są między innymi: Akcja Kolei Mazowieckich (Koleje Mazowieckie), „Czytanie w tramwaju” (ZKM Gdańsk), „Książka w podróży” (Spółka PKP) czy „Pociąg do biblioteki” (SKM).

Biblioteki brały udział w dziesięciu akcjach czytelnictwa (ponad 26% całości). Jest to dobry wynik, ale wydaje się, że może być zaniżony. Wiele bibliotek nie aktualizuje bowiem na bieżąco swych stron internetowych, zatem by dotrzeć do tego, co się w nich dzieje,

trzeba być po prostu ich czynnym użytkownikiem. W każdej placówce dzieje się naprawdę wiele, czy to w ośrodkach miejskich, czy wiejskich. Profil takich akcji również jest bardzo różnorodny (konkursy, festiwale, wieczorki czytelnicze). W tym przypadku pod uwagę wzięto akcje czytelnicze, które zaangażowały większą liczbę odbiorców. Takimi wydarzeniami były między innymi: „Czytam, nie przeszkadzać” (MBP we Wrocławiu), „Czytanie w tramwaju” (WiMBP w Gdańsku), Dni Literatury Dziecięcej (MBP w Opolu), Radomska Wiosna Literacka (MBP w Radomiu) czy „Czytaj! Zobacz więcej” (Biblioteka Uniwersytetu Warszawskiego).

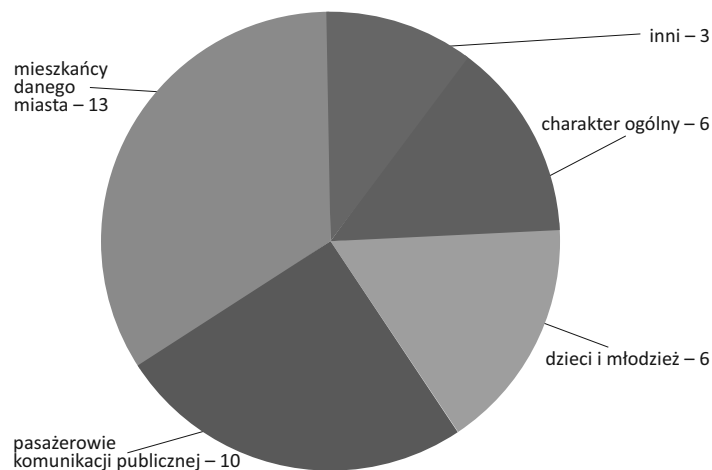
Ostatnią kategorią, do której zaliczono aż 17 różnych wydarzeń (prawie 45% całości), są inne organizacje. Występuje w niej wielka różnorodność, gdyż zostały tu zaklasyfikowane różne grupy społeczne, stowarzyszenia, fundacje czy sieci gastronomiczne. Stało się tak, gdyż każda z tych organizacji włączyła się w akcje czytelnicze, lecz nie dało się wyodrębnić z nich mniejszych grup. Dowodem na to może być fakt, że w kategorii „inne organizacje” obok fundacji (np. znana Fundacja ABCXXI – Cała Polska czyta dzieciom i akcja „Cała Polska czyta dzieciom”) czy organizacji mających w profilu działalność kulturalną (np. Krakowskie Biuro Festiwalowe – „Czytaj KRK” lub Warszawski Oddział Europejskiego Stowarzyszenia Narodowych Instytutów Kultury EUNIC – „Wiersze w metrze”) znalazły się również grupy osób, które prowadzą swą działalność dobrowolnie i oddolnie (np. Grupa Warszawa Czyta – „Warszawa czyta” czy Grupa Twórcza Qklub Xsiążkowy – „Nie czytasz? Nie idę z Tobą do łóżka!”), a nawet lokale gastronomiczne (np. Pizza Hut, która była współorganizatorem akcji „Czytanie w Pizza Hut”).

Jak widać, różnorodność organizatorów jest naprawdę duża. W grupie tej znajdziemy nie tylko instytucje tradycyjnie związane z promocją czytelnictwa (biblioteki, instytucje kultury, wydawnictwa, szkoły i uczelnie), ale również takie, których na co dzień z taką działalnością nie wiążemy (transport publiczny czy lokale gastronomiczne). Osobną grupę tworzą ludzie, którzy sami, oddolnie organizują wydarzenia. To zjawisko wymaga podkreślenia, gdyż widać, że na promocji czytelnictwa zależy nie tylko instytucjom w tym celu powołanym, ale również zwykłym ludziom kochającym książki. Różnorodność organizatorów odzwierciedla również wagę problemu, z jakim boryka się społeczeństwo. Problem nieczytania jest tak duży, że promocja słowa pisanego musi wyjść poza tradycyjne formy i organizacje, musi szukać nowych, nowoczesnych i ciekawych form wyrazu, bo tylko w ten sposób zachęci dużą liczbę osób. A więc wydaje się, że tendencja ta będzie postępowała, gdyż problem staje się zbyt duży, by poradziły sobie z nim tylko biblioteki, bez wsparcia innych organizacji.

Na rysunku 3. przedstawiono adresatów poszczególnych akcji promujących czytelnictwo. Najwięcej wydarzeń czytelniczych dedykowanych było mieszkańcom konkretnych miast. Wydarzeniami, o których mowa, są między innymi: Radomska Wiosna Literacka, „Czytaj KRK”, „Warszawa czyta”, „Lublin czyta Papieża”, „Cały Wrocław czyta”, „Oczytany Poznań” czy „(Za)czytani w Gdańsku”.



**Rysunek 3.** Odbiorcy akcji promujących czytelnictwo



**Źródło:** opracowanie własne.

Sporą grupą adresatów są pasażerowie komunikacji publicznej. Akcje czytelnicze dedykowane były między innymi pasażerom PKP Intercity („Pociąg do czytania. Daj się zWABić!”), pasażerom ZKM Gdańsk („Ściągnij książki z półki”), MPK Kraków („Ustąp miejsca czytającemu”) czy Metra Warszawskiego („Wiersze w metrze”). Poczytać można było również w Kolejach Mazowieckich (Akcja Kolei Mazowieckich) czy w SKM („Pociąg do biblioteki”).

Dzieci i młodzież (prawdopodobnie najważniejsza grupa odbiorców) również były adresatami wielu akcji promujących czytelnictwo. Wydarzeniami skierowanymi głównie do tej grupy były: „Cały Wrocław czyta”, „Czytam, bo lubię”, „Czytam sobie”, „Czytanie bajek buddyjskich”, Dni Literatury Dziecięcej czy „Książka na podryw”. Trzeba jednak zwrócić uwagę na to, że wymienione programy charakteryzowały się nastawieniem wyłącznie na dzieci i młodzież, co nie znaczy, że pozostałe wykluczają ich udział.

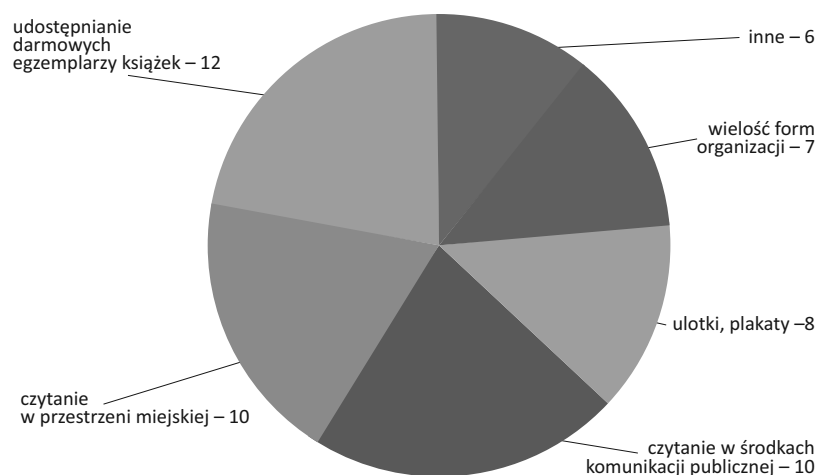
Sześć wydarzeń czytelniczych miało charakter ogólny, a więc nie były nastawione na konkretnego odbiorcę, nie określały również żadnego pożądanego profilu osób, do których były skierowane. Wydarzenia te charakteryzuje najczęściej cykliczność, ogólnopolska formuła, ogólny, bliżej niesprecyzowany profil odbiorców i wielość form organizacji. Takimi wydarzeniami były na przykład: „A Ty do czego używasz książek?”, „Cała Polska czyta dzieciom”, KsięgoZbiór, „Nie czytasz? Nie idę z Tobą do łóżka!”, „Czytam w podróży Herberta” czy „Czytanie łączy pokolenia”.

Do grupy „inne” zostały zaklasyfikowane trzy akcje czytelnicze. Pierwszą z nich jest wydarzenie „Poczytajże!” skierowane do klientów księgarni Korporacji Ha!art (bardzo wąski krąg odbiorców). Kolejną jest bardzo oryginalna i niemająca swych odpowiedników akcja „Książka za kraty”, adresowana do więźniów poszczególnych zakładów karnych (w każdym roku wybiera się inny zakład karny, dla którego zbierana jest literatura).

Ostatnią z akcji, charakteryzującą się również wąskim zakresem adresatów, jest inicjatywa Pizza Hut we Wrocławiu – „Czytanie w Pizza Hut”, skierowana do klientów sieci pizzerii mieszkających w tym mieście.

Na rysunku 4. przedstawiono różne formy organizacji poszczególnych akcji promujących czytelnictwo. Jak można zaobserwować, najpopularniejszą z nich jest udostępnianie darmowych egzemplarzy książek. Warto podkreślić, że nie mówimy już tylko o tradycyjnych książkach, pod uwagę bierze się również książki elektroniczne – e-booki i audiobooki. Na takiej formie bazuje wiele akcji, między innymi są to: Akcja Kolei Mazowieckich (rozdawanie darmowych egzemplarzy kryminałów), „Cały Wrocław czyta” (stawianie na terenie miasta skrzynek do bookcrossingu) czy „Czytaj KRK” (udostępnianie darmowych e-booków poprzez kody QR na plakatach promujących dane wydarzenie).

**Rysunek 4.** Formy organizacji poszczególnych akcji promujących czytelnictwo



**Źródło:** opracowanie własne.

Jak już wcześniej wspomniano, popularną formą promocji czytelnictwa jest zachęcanie do czytania książek w różnych miejscach przestrzeni miejskiej – w pomieszczeniach budynków, jak i na zewnątrz – „pod chmurką”. Akcjami, które bazują na tego typu przekazie, są między innymi: „Czytam, nie przeszkadzać”, „Czytamy gdzie indziej”, „Czytanie w trawie”, „Lublin czyta Papieża” czy „Oczytany Poznań”.

Kolejną formą popularyzacji czytelnictwa jest zachęcanie do czytania w środkach komunikacji publicznej. Organizatorzy tychże akcji przekonują, że chwile spędzone w pociągu, tramwaju czy autobusie można poświęcić właśnie na czytanie. Dzięki temu nie tylko ciekawie i mądrze spożytkujemy ten czas, ale również podróż minie o wiele szybciej. Wydarzeniami, w których posłużono się takim argumentem były np.: „Czytaj na ulicy i w tramwaju!”, „Czytanie w tramwaju”, „Książka w podróży”, „Miejskie podróże książkowe” czy „Pociąg do biblioteki”.

Niektóre akcje wykorzystują tradycyjną formę plakatu czy ulotek, zachęcających do czytania książek. Jedne ograniczają się do tego typu przekazu („A Ty do czego używasz książek?”), inne natomiast wykorzystują go, gdyż np. tylko w taki sposób są w stanie udostępnić kody do darmowych książek (akcje wykorzystujące kody QR – np. „Czytaj KRK”).

Wyróżnić można także programy, które charakteryzuje wielość form organizacji. Dzieje się tak najczęściej w przypadku ogólnopolskich, organizowanych cyklicznie wydarzeń czytelniczych. Takie akcje wykorzystują różnorodne formy przekazu, gdyż ich organizatorom zależy na dotarciu do jak największej liczby osób. Formy te zmieniają się z roku na rok (co jest związane z cyklicznością tychże wydarzeń). Do takich akcji można zaliczyć np.: „Cała Polska czyta dzieciom”, „Czytanie Łączy Pokolenia” czy Dni Literatury Dziecięcej.

Ostatnią grupę stanowią różne pomysły zaklasyfikowane jako „inne”. Znajdują się tu wydarzenia, które bazują na niewykorzystywanych często w badanej grupie rozwiązaniach, a są nimi np.: warsztaty literackie („Czytam, bo lubię”), możliwość słuchania książek w specjalnym kanale Polskiego Radia („Czytasz, słuchasz... Czwórka”), nagrywanie e-booków we współpracy ze znanymi osobami czy akcje o charakterze internetowym – „Nie czytasz? Nie idę z Tobą do łóżka!”.

Z zaprezentowanych danych można wysnuć pewne wnioski oraz wskazać kierunek, w jakim podąża większość organizatorów akcji promujących czytelnictwo. Przede wszystkim ważne jest zauważenie faktu, że część społeczeństwa żywo reaguje na niepokojące wyniki badań poziomu czytelnictwa w naszym kraju. Liczba programów promujących słowo pisane dobitnie o tym świadczy. Ponadto w promocję czytelnictwa zaangażowane są nie tylko instytucje ku temu powołane (np. biblioteki), ale również takie, które mają całkiem odmienny profil (np. Pizza Hut). Cel jest na tyle szczytny, a i liczba nieczytających tak duża, że w promocję angażują się grupy społeczne, których działalność ma charakter oddolny (np. Grupa Twórcza Qlub Xsiążkowy).

Akcje promujące czytelnictwo w naszym kraju „walczą” o każdego czytelnika – dużego i małego. Charakteryzuje je różnorodność środków przekazu oraz form organizacji. Co ważne, ich organizatorzy robią wszystko, by dane wydarzenie było jak najciekawsze. W tym celu sięgają po nowoczesne technologie (np. kody QR). Jednak, biorąc pod uwagę dane przedstawione w raporcie Biblioteki Narodowej, te wszystkie środki okazują się niewystarczające. Chciałoby się zapytać, dlaczego? Wydaje się, że na to pytanie powinien odpowiedzieć sobie każdy z nas. Ważne jest, by uświadomić sobie, że najprostszą i nic nie kosztującą formą promocji czytelnictwa jest ta oddolna, o wąskim zakresie – skierowana do naszych rodzin czy znajomych. Zmianę nastawienia społeczeństwa do książki warto więc zacząć od siebie i swoich najbliższych. Tylko wtedy wszelkie szeroko zakrojone akcje czytelnicze będą miały jakikolwiek sens.

## Bibliografia

1. Biblioteka Narodowa. *Stan czytelnictwa w Polsce w 2019 r.* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://www.bn.org.pl/raporty-bn/stan-czytelnictwa-w-polsce/stan-czytelnictwa-w-polsce-w-2019-r>. Stan z dnia 10.12.2020.
2. BRZEZIŃSKA Anna (red.). *Czytanie i pisanie – nowy język dziecka*. Warszawa: Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne, 1987. ISBN 83-02-02986-6.
3. CHĄDRZYŃSKA Iwona. *5 najważniejszych korzyści z czytania* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://clipwatching.com/q0whmt6b3huf/Chirurgdy.S09E08.PL.avi.html>. Stan z dnia 19.11.2020.
4. IFLA. *Wytyczne dla bibliotek publicznych obsługujących młodzież* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <http://www.ifla.org/files/assets/libraries-for-children-and-ya/publications/ya-guidelines2-pl.pdf>. Stan z dnia 01.01.2019.
5. IFLA. *Wytyczne dotyczące usług w bibliotekach dla dzieci* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <http://www.ifla.org/files/assets/libraries-for-children-and-ya/publications/guidelines-for-childrens-libraries-services-pl.pdf>. Stan z dnia 01.01.2019.
6. IFLA. *Wytyczne IFLA dla bibliotek obsługujących niemowlęta i małe dzieci (do 3 lat)* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <http://www.ifla.org/files/assets/hq/publications/professional-report/100-pl.pdf>. Stan z dnia 01.01.2019.
7. WOJCIECHOWSKA Maja (red.). *Czytelnictwo w dobie informacji cyfrowej. Rozwój, bariery, technologie*. Warszawa: Wydawnictwo SBP, 2015. ISBN 978-83-64203-38-1.
8. WOJCIECHOWSKA Maja (red.). *Sfera kultury, sfera nauki: współczesny obraz biblioteki*. Gdańsk: Oficyna Wydawnicza Edward Mitek, 2014. ISBN 978-83-64335-05-1.
9. WOJCIECHOWSKA Maja. Edukacja czytelnicza i medialna polskiej młodzieży szkolnej. Wyniki badań ankietowych. In *Короленківські читання 2013. «Бібліотеки, музеї, архіви у медіа-просторі регіону»: матеріали XVI Міжнар. наук.-практ. конф. Харків, 24 жовт. 2013 р. У 2 ч. Ч. 1/ Харк. держ. наук. б-ка ім. В.Г. Короленка ; [уклад. Н. І. Капустіна; редкол.: В. Д. Ракитянська (голова) та ін.]*. – Харків, 2014. – С. 142–147. – Режим доступу : <http://ru.calameo.com/read/000632945fde4d8e0401f>.
10. WOJCIECHOWSKA Maja. *Organizacja czasu wolnego młodzieży szkolnej w kontekście kompetencji czytelniczych i kontaktu z literaturą*. In JASIEWICZ Justyna, ZYBERT Elżbieta Barbara (red.). *Czas przemian – czas wyzwani. Rola biblioteki i ośrodków informacji w procesie kształtowania kompetencji współczesnego człowieka*. Warszawa: Wydawnictwo SBP, 2014, s. 234–242. ISBN 978-83-64203-23-7.
11. WOJCIECHOWSKA Maja. The readership indicators in Poland and programs promoting the reading. *QQML Journal*. 2016, vol. 5, s. 39–48. ISSN 2241-1925.