



Maria Deskur

Wydawca, ekspert upowszechniania czytania. Absolwentka romanistyki UJ, literatury francuskiej na Sorbonie oraz komunikacji społecznej na Université Lumière w Lyonie. Współzałożycielka wydawnictwa Muchomor, współtwórczyni serii „Basia” i „Czytam sobie”, wieloletnia dyrektor zarządzająca wydawnictw Egmont, Burda, współfundatorka i prezeska Fundacji Powszechnego Czytania. Zwycięzczyni konkursu Zwyrtała 2019 na najlepszy pomysł na promocję czytelnictwa za akcję „Książka na receptę. Recepta na sukces”, autorka poradnika upowszechniania czytania „Supermoc książek” oraz współautorka poradnika „Supermoc książek. #TataTeżCzyta”, Ashoka Fellow od 2023 roku.



Moje rozmowy o czytelnictwie coraz częściej stają się rozwikływaniem paradoksów z nim związanych, omówieniem detali badań i ewaluacji, które zmieniają takie czy inne przyjęte rozumienie tematu. Dostrzegam tych pozornych sprzeczności na tyle dużo, że wydaje mi się zasadne, by popatrzeć na czytelnictwo przez ich pryzmat. Proponuję pięć obserwacji pełnych rozbieżności, a jednak prowadzących w jednym kierunku.

Paradoks #1

Mózg człowieka rozwija się najbardziej dynamicznie w pierwszych trzech latach życia, niektórzy neurobiolodzy rozszerzają ten czas do pierwszych pięciu lat. Tak czy inaczej to wtedy wpływ czytającego rodzica czy opiekuna może być gigantyczny: dziecko, z którym się czyta i rozmawia o książkach, zna w wieku trzech lat dwa razy więcej słów niż rówieśnik niepoddany takiemu treningowi. Czytając i rozmawiając z malutkim dzieckiem, literalnie wpływamy na rozwój połączeń synaptycznych w jego mózgu. Potem już rozwój jest dużo mniej dynamiczny. Tymczasem w większości państw na świecie największych inwestycji, jeśli chodzi o czytanie, dokonuje się w przypadku dzieci od mniej więcej piątego-szóstego roku życia. Warto się nad tym zastanowić – zawsze mamy ograniczone środki, więc może warto je przesunąć na projekty, których wpływ będzie największy? A zatem: rozwój swoje, a inwestycje swoje.

Paradoks #2

Czytanie jest wysiłkiem intelektualnym, ćwiczeniem rozwijającym mózg: uczymy się najpierw rozumienia znaczeń (jak ktoś nam czyta), łączenia ich z obrazkami, potem dekodowania zapisu języka, przetwarzania czarnych (na ogół) literek na znaczenia, tworzymy obrazy w głowie, dopowiadamy, co niedopowiedziane. A jednocześnie czytanie jest treningiem emocjonalnym o udowodnionej skuteczności, wiele badań już od blisko 15 lat wskazuje na moc literatury pięknej w budowaniu empatii. To w sumie nie jest takie szokujące: czytanie to otwarcie się na czyjś przekaz, czyjeś emocje, czyjś punkt widzenia. Biorąc do ręki książkę, akceptujemy, że nadawcą jest kto inny, uczymy się tym samym wsłuchiwanie, rozumienia, empatii – może to są argumenty do przepracowania szczególnie z młodzieżą? A zatem: serce i rozum razem, nie przeciw sobie.

Paradoks #3

Podskórnie przyjętym założeniem, które kładzie się cieniem na zainteresowanie upowszechnianiem czytania, jest łączenie czytania z naukami humanistycznymi. Nic bardziej mylnego. Czytanie jest narzędziem pozyskiwania wiedzy (każdej!), czytanie uczy nasze mózgi logicznego myślenia, oceniania i rozumienia związków przyczynowo-skutkowych, czytanie przez akumulację wiedzy i skojarzeń tworzy potężnych innowatorów. Udowodniono pozytywny wpływ czytania na wyniki w matematyce. Nagłaśnianie tych prawd jest ważne, bo może przyczynić się do głębszego zrozumienia bardzo ważnego interesu społecznego, którym jest powszechna umiejętność czytania. Wydaje się też, że podnoszenie tego aspektu w pracy z młodzieżą przygotowującą się do liceów i potem studiów jest szczególnie istotne. Upowszechnianie umiejętności czytania to nie zabawa ludzi od kultury, lecz narzędzie rozwoju innowacyjności, gospodarki i nauki!

Paradoks #4

Czytanie jest czynnością prywatną, czasem bardzo intymną, rodzinną. Czytamy dla siebie, ewentualnie swoich bliskich.

Rozmawiamy o książkach w gronie przyjaciół. A jednak poziom czytelnictwa, czyli stopień, w jakim całe społeczeństwo korzysta z tej prywatnej przyjemności, ma ogromny wpływ na nasze funkcjonowanie jako wspólnoty. Czytanie jest aktywnością prywatną, ale społecznie bardzo ważną.

Paradoks #5

Na koniec bardzo smutna sprzeczność, o której Fundacja Powszechnego Czytania pisze i mówi od jakiegoś czasu. Udowodniono, że czytanie jest doskonałym (jeśli nie najlepszym) narzędziem budowania mądrych i inkluzywnych społeczności, dających równe szanse dla każdego dziecka. PISA⁶ już ponad 10 lat temu wykazała, że dzieci, które czytają dla przyjemności, osiągają lepsze wyniki w nauce niezależnie od swojego pochodzenia socjoekonomicznego. A my nadal borykamy się z narracją o domniemanej elitarności czytania. Czytanie nie wyklucza. To nieczytanie wyklucza.

Skoro nieczytanie wyklucza, a my chcemy budować społeczności, w których wszyscy będą czuli się dobrze, zaproszeni do uczestnictwa i uczestniczący – musimy upowszechnić czytanie. Jesteśmy przekonani, że ten aspekt może spotkać się z dużym zrozumieniem wśród nastolatków i młodych dorosłych. To jest pokolenie, które chyba najmocniej rozumie temat inkluzywności.

Jako Fundacja Powszechnego Czytania nie widzimy powodu, dla którego w Polsce czytelnictwo nie miałoby być na poziomie 70 proc. jak we Francji czy w Wielkiej Brytanii. Oczywiście osiągnięcie tego celu wymaga olbrzymiego wysiłku i współpracy wielu środowisk. Nikt nie zrobi tego sam.

Istnieje kilka ważnych tropów, jak podejść do tematu.

Na pewno warto spróbować wymyślić sposoby na zaproszenie nieczytających do biblioteki. Organizowanie atrakcji dla czytelników jest oczywistością, ale szukajmy nieczytających.

- 6 PISA (Programme for International Student Assessment) – międzynarodowe badanie koordynowane przez Organizację Współpracy Gospodarczej i Rozwoju. Jego celem jest uzyskanie porównywalnych danych o umiejętnościach uczniów, którzy ukończyli 15. rok życia w celu poprawy jakości nauczania i organizacji systemów edukacyjnych. Źródło: Wikipedia.

Budujmy koalicje. Nieczytający są pod opieką ośrodków pomocy społecznej? Spróbujmy nawiązać kontakt z tymi placówkami i wymyślmy wydarzenie dla ich podopiecznych, może np. trzeba zanieść do nich książki? Mamy wokół siebie młodzież mocno kontestującą? A może udałoby się znaleźć jakąś lekturę buntowniczą?

Chcemy wywrzeć jak największy wpływ, osiągnąć zmianę? Szukajmy dotarcia do rodzin z dziećmi od szóstego miesiąca życia. Może warto nawiązać współpracę z pobliską przychodnią i lekarzami?

Jednak samo zlokalizowanie rodzin nieczytających to jedno. Trzeba jeszcze dążyć do wejścia z nimi w kontakt, najlepiej byłoby móc im ofiarować książki do czytania, może jakiś lokalny biznes chciałby zainwestować w ocieplenie wizerunku i wesprzeć taki pomysł? Może pomysłem jest, by licealiści czytali maluchom?

A może właściciele lokalnego biznesu chcieliby swoim autorytetem wesprzeć temat? Szukanie autorytetów spoza kręgu kultury jest niesłychanie ważne – powinniśmy walczyć z paradoksem #3 i pokazywać, że czytanie tworzy biznesmenów i przedsiębiorczynie, budowniczych i kobiety sportu (ostatnio ambasadorami akcji #TataTeżCzyta byli m.in. wspaniały budowlaniec Wiesław Nowobilski i zawodnik MMA Łukasz „Juras” Jurkowski).

Rola bibliotek jest nie do przecenienia. Dziś w blisko 30 proc. polskich domów nie ma żadnej książki do czytania, a niemal połowa rodziców nie czyta swoim dzieciom w ogóle. Bibliotekarz i bibliotekarka mogą być dla wielu rodziców i ich dzieci pierwszymi przewodnikami w świecie czytania. Trudno wyrazić, jak ważna to może być rola – naprawdę można zmienić szanse danego dziecka na przyszłość. Oczywiście zaproszenie do czytania rodziców, którzy sami tego nie robią, jest trudne. Myślę, że dróg dotarcia do nich jest wiele, i wierzę, że zdecydowanie największy wpływ osiągamy, jeśli realizujemy strategię, którą sami przemyśleliśmy i wypracowaliśmy jako odpowiedź adekwatną do lokalnych potrzeb i własnych możliwości. Dlatego gorąco zachęcamy do wykonania trzech ważnych kroków.

Pierwszym z nich jest zrozumienie powodów, dla których warto namawiać innych do czytania. Jest ich wiele, a zatem narracje czy argumentacje mogą być różne – warto znaleźć tę, która do nas osobiście najmocniej przemawia, porusza nas naprawdę (odpowiada na pytanie: PO CO chcemy upowszech-

nić czytanie?). Wtedy możemy wykonać drugi krok – dopasować metodologię działań do wybranej narracji (np. czy chcemy pracować z autorytetami, czy raczej namówić grupę przyjaciół, by zostali wolontariuszami czytającymi w ośrodkach pomocy społecznej – to dwie różne drogi do celu). To będzie nasza odpowiedź na pytanie: JAK to chcemy osiągnąć? No i trzeci krok – przemyślenie strategii wdrożenia działań, które podejmiemy w związku z wyborem konkretnej argumentacji i metodologii. To będzie odpowiedź na pytanie: CO dokładnie zrobimy?

Strona Fundacji Powszechnego Czytania może być pomocna w takiej burzy mózgów, jesteśmy też gotowi pomagać każdemu, kto chce się zaangażować, zapraszamy do kontaktu. Uruchamiamy razem #SupermockKsiążek, bo #CzytanieRządzi!