

Maja Wojciechowska

Uniwersytet Gdański
e-mail: maja.wojciechowska@gmail.com

Monika Orzół

Uniwersytet Gdański
e-mail: morzol@op.pl

Promocja jako instrument marketingu wspierający działania bibliotek w obliczu niskiego czytelnictwa Polaków. Przykłady akcji i działań promujących czytelnictwo

Słowa kluczowe: promocja, czytelnictwo, programy czytelnicze

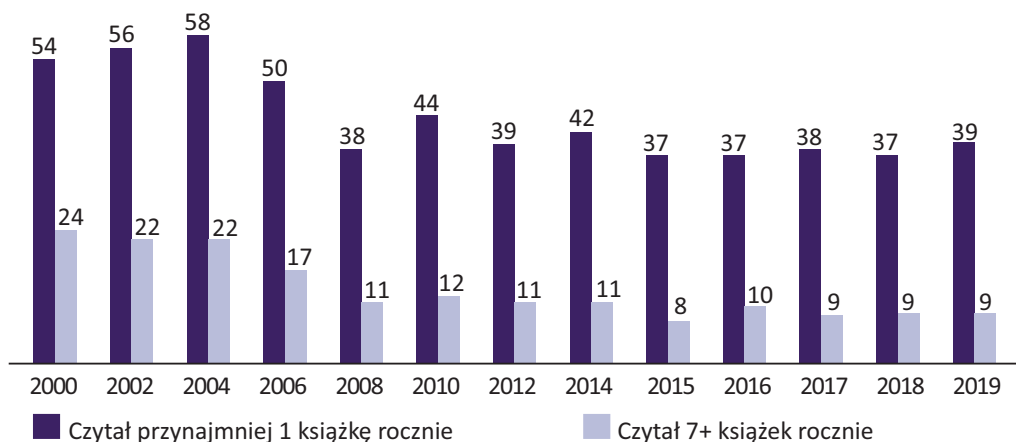
Abstrakt: Artykuł prezentuje wybrane przedsięwzięcia podejmowane przez biblioteki w celach popularyzacji czytelnictwa. Na podstawie akcji rozpowszechniających ideę „książki na start” pokazano, w jaki sposób instytucje biblioteczne wspierają inicjacje czytelnicze najmłodszych dzieci. Zaprezentowane przykłady ilustrują zaangażowanie bibliotekarzy, którzy wychodzą poza gmachy instytucji, by dotrzeć z książką do jak najliczniejszego grona odbiorców. Nowoczesne biblioteki zabiegają o czytelników również na terenie placówek. W tym celu projektowana jest oryginalna, nowoczesna oferta, uwzględniająca preferencje różnych grup użytkowników.

Keywords: promotion, reading, reading programs

Abstract: The article presents selected projects undertaken by libraries to popularize reading. On the basis of the campaigns disseminating the idea of “books to start”, it was shown how library institutions support the reading initiation of the youngest child. The examples presented illustrate the commitment of librarians who leave the library building to reach the largest possible audience with the book. Modern libraries also strive for more readers on the premises of their institutions. For this purpose, an original, modern offer is designed, taking into account the preferences of various user groups.

W kwietniu 2020 r. Biblioteka Narodowa opublikowała wstępne wyniki badań stanu czytelnictwa w Polsce za rok 2019. Odnotowano w nich lekki wzrost deklaracji czytelniczych, a nawet – jak można przeczytać w raporcie – stałe zatrzymanie spadku czytelnictwa [2]. Badania pokazują, że 39% Polaków zadeklarowało przeczytanie w 2019 r. przynajmniej jednej książki. Stan czytelnictwa w porównaniu z poprzednimi latami przedstawia rysunek 1.

Rysunek 1. Czytanie książek w latach 2000–2019 (dane w proc.)



Źródło: <https://www.bn.org.pl/raporty-bn/stan-czytelnictwa-w-polsce/stan-czytelnictwa-w-polsce-w-2019-r>.

Według badaczy związek ze wzrostem poziomu czytelnictwa w 2019 r. miała dobra koniunktura, która pozwoliła na częstsze zakupy książkowych nowości. Oprócz tego wskazuje się, że odnotowane wyniki są skutkiem „podsycania zainteresowań czytelnicznych przez ekranizacje, seriale czy gry komputerowe” [2]. Aktywizacja polskich czytelników mogła również wynikać z przyznania Nagrody Nobla polskiej pisarce, Oldze Tokarczuk.

Niemniej jednak, odnotowany wzrost wciąż jest zbyt niski, a stan czytelnictwa w Polsce – nadal niezadowalający. Warto wziąć w tym kontekście pod uwagę fakt, że wśród czytających respondentów prawie połowa (18,4% ogółu) przeczytała tylko jedną lub dwie książki w ciągu roku. Przytoczyć można dla porównania, że zaledwie 2,7% badanych zadeklarowało przeczytanie od 12 do 23 książek, natomiast 2,6% – 24 książki i więcej. Wyniki badań Biblioteki Narodowej pokazują zatem, że Polacy czytają niewiele. W związku z tym należy podejmować wszelkie działania, by sytuacja czytelnicza w kraju poprawiła się. Istotną rolę w tym obszarze pełnią dziś, zarówno ogólnokrajowe, jak i lokalne przedsięwzięcia oraz akcje promujące czytelnictwo. Biblioteki są instytucjami, które zdecydowanie wspierają rozwój czytelnictwa, nie tylko ze względu na charakter swojej działalności i podstawy funkcjonowania, lecz przede wszystkim poprzez czynne zaangażowanie i zachęcanie użytkowników do korzystania z księgozbioru, nowych usług oraz specjalnie opracowanej oferty bibliotecznej. W tym kontekście promocja biblioteczna definiowana jest jako:

Zbiór środków i działań pełniących funkcję informacyjną w systemie komunikowania się biblioteki z otoczeniem i służących pozyskiwaniu akceptacji środowiska dla pełnionych przez nią funkcji. Głównym celem promocji jest zmniejszenie lub nawet wyeliminowanie dystansu istniejącego między oferowaną usługą czy materiałem bibliotecznym, a jej użytkownikiem. Funkcja wspierania procesów świadczenia usług przez bibliotekę jest związana z dwoma rodzajami bezpośredniego oddziaływania, to jest perswazją oraz przypominaniem. Realizacja tych celów jest ściśle powiązana z kształtowaniem

postaw użytkowników biblioteki. Biblioteka, prowadząc działania promocyjne, może wykorzystywać następujący zespół narzędzi, tworzących tzw. kompozycję *promotion-mix*: reklamę, promocję osobistą, promocję dodatkową, *public relations* [22, s. 189–190].

W opinii Mariana Huczka promocja to z kolei „zespół działań i środków, za pomocą których biblioteka przekazuje otoczeniu informacje charakteryzujące ją, jej zbiory i usługi, kształtuje potrzeby użytkowników oraz pobudza i ukierunkowuje popyt” [10, s. 130]. Tak więc, innymi słowy, biblioteka może komunikować się z klientem w celach: informacyjnych lub wzmacniających i ukierunkowujących zapotrzebowanie na jej usługi, ale też modelowania potrzeb, ponadto może dążyć do budowania pozytywnego wizerunku oraz pogłębiania relacji z otoczeniem. Komunikacja ta może być skierowana do:

- klienta rzeczywistego i/lub potencjalnego;
- klienta indywidualnego i/lub zbiorowego;
- do władz zwierzchnich bezpośrednich, lokalnych i/lub państwowych [1, s. 529].

Zatem działania promocyjne bibliotek mogą być skierowane do potencjalnego czytelnika i mieć charakter ukierunkowujący, nastawiony na aktywizację czytelnictwa, jak ma to miejsce w przypadku licznych akcji promujących czytelnictwo, w które włączają się te placówki.

Przede wszystkim jednak instytucje biblioteczne gromadzą, opracowują oraz udostępniają zbiory. Jednakże oprócz tradycyjnej formy wypożyczania pozycji książkowych biblioteki oferują użytkownikom możliwość zdalnego dostępu do księgozbioru, tworząc internetowe bazy danych, które pełnią zadania bibliotek cyfrowych. Wykorzystanie w tym celu nowych technologii sprawia, że jest to po pierwsze wygodny sposób korzystania z zasobów instytucji, po drugie zaś – istnieje wysokie prawdopodobieństwo dotarcia z ofertą do szerokiego grona odbiorców.

Biblioteki dbają również o komfort użytkowników odwiedzających placówki biblioteczne. Warto zwrócić w tym kontekście uwagę na aspekty techniczne, takie jak zagospodarowanie przestrzeni i aranżację wnętrza, nie tylko funkcjonalną, ale także atrakcyjną wizualnie i interesującą. Instytucje biblioteczne tworzą również przestrzenie, w których czytelnicy mogą w ciszy skoncentrować się na lekturze, o czym pisała w swoim artykule *Cisza w bibliotece* Monika Curyło [5]. Jest to wbrew pozorom istotna kwestia, ponieważ – szczególnie w dużych, zatłoczonych miastach – brakuje obecnie miejsc wolnych od zgiełku i hałasu. Biblioteki mogą więc część swoich przestrzeni przeznaczyć na miejsca pełne skupienia, ciszy i kontemplacji. Nowoczesne instytucje biblioteczne wyposażone są także w różnego typu sprzęt multimedialny oraz stanowiska komputerowe, dzięki którym możliwe jest korzystanie w czytelniach z udostępnianych baz danych.

W działaniach marketingowych związanych z popularyzacją czytelnictwa instytucje biblioteczne chętnie posługują się środkami masowego przekazu. Współcześnie biblioteki wykorzystują szerokie spektrum możliwości, jakie niesie za sobą użytkowanie Internetu. Oprócz własnych stron internetowych coraz częściej tworzą profile na najpopularniejszych portalach internetowych, takich jak Facebook, Twitter oraz Instagram. Czytelnicy mają

możliwość obserwowania kont placówek, dzięki czemu są informowani „na bieżąco” o różnych formach działalności instytucji. Bibliotekarze zamieszczają na portalach społecznościowych posty dotyczące książkowych nowości i polecanych kolekcji bibliotecznych. Opracowują również zestawienia statystyczne, które pokazują, jaka lektura była najczęściej wypożyczana w danym okresie czasu. Zachęcają także, by sięgnąć po książkę, organizując rozmaite konkursy, zabawy i inne wydarzenia kulturalne.

W celu promocji bibliotekarze korzystają z różnego typu technik przekazu w Sieci. Zatem szeroko rozumiane działania marketingowe prowadzone w Internecie nie ograniczają się tylko do publikacji postów, grafik czy plakatów, informujących o funkcjonowaniu bibliotek. Coraz częściej instytucje te przygotowują krótkie filmy, które pokazują wielowymiarowość działalności bibliotek. Istnieje przy tym możliwość prezentacji wewnątrz instytucji oraz promocji znajdujących się w bibliotece zasobów. Ciekawą formą filmu promocyjnego wykorzystywaną m.in. przez biblioteki jest np. *lipdub*, czyli teledysk, w którym występujące osoby poruszają wargami do odtwarzanej z playbacku piosenki [6, s. 241]. Wideoklip pozwala odświeżyć wizerunek instytucji bibliotecznej i przedstawić ją szerokiej publiczności jako nowoczesny ośrodek kultury.

Biblioteki tworzą również publikacje w formie podcastów, czyli plików dźwiękowych bądź videocastów (wykorzystujących przekaz audiowizualny), które ukazują się najczęściej w postaci regularnych odcinków. Głównym tematem publikacji jest literatura i związane z nią aspekty. Zazwyczaj podcasty i videocasty zawierają recenzje i rekomendacje książek, a także zapowiedzi wydawnicze i informacje o nowościach dostępnych w bibliotece [3, s. 117]. Występująca w rejestrowanym materiale osoba opowiada o wybranej pozycji książkowej w taki sposób, by rozbudzić zainteresowanie widzów lub słuchaczy oraz zachęcić do przeczytania lektury.

Poprzez wieloaspektowe działania biblioteka mobilizuje użytkowników do czytania książek, ale także zaprasza do rozmowy na temat literatury. Świadczą o tym Dyskusyjne Kluby Książki zakładane w instytucjach bibliotecznych. Podczas spotkań uczestnicy omawiają wybraną, wcześniej przeczytaną lekturę [11]. Zgromadzenie czytelników w ramach DKK odbywa się w atmosferze wzajemnego zrozumienia i szacunku, stwarzając szerokie pole do rozbudzania pasji i zainteresowań czytelniczych. Jest to również przestrzeń swobodnej wymiany myśli i poglądów, gdzie każdy uczestnik może podzielić się swoimi spostrzeżeniami dotyczącymi lektury, a także wyrazić opinię na temat książki oraz – co niewątpliwie często się zdarza – zainspirować innych klubowiczów.

Okazje do dyskusji wokół literatury stanowią również organizowane w bibliotekach spotkania autorskie, kąciki poetyckie oraz inne przedsięwzięcia, podczas których główną rolę odgrywa książka. Mogą to być zarówno oficjalne konferencje, jak i przygotowywane z myślą o najmłodszych użytkownikach wspólne, głośne czytanie bajek.

Warto wspomnieć, że niektóre instytucje biblioteczne wspierają rozwój czytelnictwa poprzez działalność wydawniczą. Charakter piśmiennictwa bibliotek może być różny, jednak najczęściej odnosi się do funkcjonowania placówek i dokumentacji jej zasobów. Dlatego też wśród wydawanych publikacji znajdują się m.in. informatory, broszury,

poradniki, sprawozdania, katalogi i inwentarze, a także opracowania bibliograficzne i reprodukcje [9, s. 492]. W drukowanych materiałach promocyjnych (broszury, ulotki) znajdują się nierzadko rekomendacje oraz recenzje pozycji książkowych dostępnych w instytucjach bibliotecznych. Działalność bibliotek w tym obszarze w sposób szczególny wspomaga rozwój piśmiennictwa regionalnego, a publikowane czasopisma i gazetki stanowią cenne źródło informacji dla i o lokalnej społeczności. Wydawane materiały mogą zawierać ponadto zbiory wierszy i opowiadań związanych z miastem czy regionem, na terenie których znajduje się placówka.

Zaangażowanie bibliotek w promocję czytelnictwa uwidacznia się także w projektowanej i dostosowywanej do potrzeb użytkowników ofercie bibliotecznej. Chcąc się wyróżnić oraz zachęcić klientów do korzystania ze swoich zasobów, instytucje te zwiększają efektywność działań, a także wprowadzają oryginalne, atrakcyjne usługi. Rozwijanie oferty bibliotecznej nierzadko skutkuje poprawą oceny jakości świadczeń, w związku z czym użytkownik chętniej odwiedza placówkę i częściej korzysta z udostępnianego księgozbioru.

Jak widać, form aktywności bibliotek w obszarze popularyzacji czytelnictwa jest wiele. Niewątpliwie należałoby wymienić wśród nich także projekty, akcje i imprezy tematyczne związane z upowszechnianiem książki w społeczeństwie. Warto podkreślić, że instytucje biblioteczne podejmują wiele inicjatyw oddolnie, co oznacza, że wydarzenia takie organizowane są przez konkretne placówki, które same tworzą i realizują program działań. Biblioteki biorą też udział w planowanych ogólnie, regionalnych lub ogólnokrajowych kampaniach czytelniczych, w których poszczególne instytucje kultury podejmują współpracę. W dalszej części artykułu zostaną przedstawione atrakcyjne inicjatywy zorganizowane przez biblioteki celem popularyzacji czytelnictwa.

We współczesnych pracach naukowych podkreśla się potrzebę jak najwcześniejszego kontaktu dzieci z książką, która stanowi bardzo ważny element w ich prawidłowym rozwoju emocjonalnym i intelektualnym. Kształtowanie postaw i nawyków czytelniczych od najmłodszych lat niesie za sobą duże prawdopodobieństwo rozwinięcia wysokiej kultury czytelniczej jednostki w przyszłości. Zamyśl wzrastania dzieci w kontakcie z literaturą realizuje program *Bookstart*, który został zapoczątkowany w 1992 r. w Wielkiej Brytanii (logo programu zob. fot. 1). Założeniem projektu jest zapewnienie już kilkumiesięcznym dzieciom bezpłatnego dostępu do książek [17]. W tym celu projektuje się specjalną wyprawkę czytelniczą, która trafia do rodziców noworodków. Pierwsza edycja programu odbyła się w Birmingham, gdzie we współpracy z biblioteką miejską, ośrodkiem zdrowia oraz lokalnym uniwersytetem obdarowano książkami 300 dzieci [4, s. 26]. Akcja zakończyła się sukcesem, co wynikało z przeprowadzonych w tym czasie badań pilotażowych:

Badania [...] wykazały, że istnieje wyraźna różnica pomiędzy dziećmi objętymi programem a tymi, które nie otrzymały pakietów z książkami. Maluchy z pierwszej grupy były znacznie lepiej przygotowane do rozpoczęcia szkoły, a później osiągały lepsze wyniki niż ich rówieśnicy. Badania obejmowały m.in. takie umiejętności jak mówienie, rozumienie ze słuchu, czytanie, pisanie, znajomość cyfr, kształtów, miar długości. Czytanie dzieciom od najmłodszych lat pozwoliło im na lepszy rozwój w różnych obszarach nauki, nie tylko bezpośrednio związanych z językiem [17].

W kolejnych latach (1992–1998) program zyskiwał na popularności. Utworzono wówczas ponad 60 lokalnych projektów *Bookstart*, w dużej części finansowanych ze środków unijnych w ramach wspierania dzieci ze środowisk zagrożonych wykluczeniem społecznym [17]. W związku z powyższym lokalne inicjatywy szybko przekształciły się w jeden narodowy program, który do dziś cieszy się ogromnym powodzeniem.

Fotografia 1. Logo programu *Bookstart*



Źródło: <https://www.booktrust.org.uk/what-we-do/programmes-and-campaigns/bookstart/>.

Brytyjski projekt stał się inspiracją do podjęcia podobnych inicjatyw w wielu innych państwach, np. w Danii. W ramach programu duńscy bibliotekarze odwiedzali rodziny w domach, przywożąc ze sobą prezenty dla najmłodszych w postaci książek z obrazkami, rytmowanek, kolorowanek edukacyjnych, płyt CD, a także ulotek i poradników dla rodziców [4, s. 26]. Pracownicy bibliotek obdarowywali dzieci w wieku 6, 12, 18 i 36 miesięcy [7], a więc wyprawki czytelnicze trafiały do najmłodszych, którzy nie rozpoczęli jeszcze nauki w szkole. Badania dowiodły, że korzyści z projektu czerpią nie tylko dzieci, ale również rodzice. 58% ankietowanych przyznało, że ich własne nawyki czytelnicze zostały zmienione dzięki *Bookstart* [21].

Programem *Bookstart* zainteresowano się także w Polsce. Początkowo inicjatywę podjęła Miejska Biblioteka Publiczna we Wrocławiu. Od 2009 r. w ramach projektu zatytułowanego „Na dobry początek” (logo projektu zob. fot. 2) placówka rozdaje darmowe pakiety czytelnicze dla dzieci w wieku od 0 do 5 lat. Głównym celem akcji – jak zostało to podkreślone na stronie internetowej instytucji – jest promowanie czytelnictwa „od kołyski” [20].

Fotografia 2. Logo projektu „Na dobry początek” MBP we Wrocławiu



Źródło: <https://fdds.pl/wp-content/uploads/2016/06/na-dobry-pocz%C4%85tek-250x194.jpg>.

W pierwszych latach funkcjonowania programu biblioteka współpracowała z wybranymi szpitalami na terenie Wrocławia, gdzie mamy noworodków obdarowywane były wyprawkami czytelniczymi. Obecnie pakiet „Na dobry początek” można odebrać w filiach miejskiej biblioteki. Zestaw składa się z płóciennej torby z logo projektu, w której znajdują się: książeczka dla dzieci, zaproszenie na imprezy rodzinne w bibliotekach, specjalna karta biblioteczna dla maluszków i przygotowana przez instytucję biblioteczną broszura „Na dobry początek”, zawierająca praktyczne porady dla rodziców oraz propozycje i wskazówki, w jaki sposób, na podstawie książek, organizować wspólne zabawy z dzieckiem (zob. fot. 3). Przykładowo – w pierwszej edycji projektu w torbie znalazły się dwie książeczki: *Jedzie pociąg z daleka* z ilustracjami wrocławskiej artystki Ewy Kozery-Pawlak oraz *Lokomotywa i inne wierszyki* Juliana Tuwima [8, s. 1].

Fotografia 3. Wyprawka czytelnicza „Na dobry początek”



Źródło: <https://beta.biblioteka.wroc.pl/images/aktualnosci/DSCN1863-001>.

Warto podkreślić, że w ramach programu „Na dobry początek” Miejska Biblioteka we Wrocławiu organizuje bezpłatne zajęcia dla najmłodszych. W 2011 r. oferta biblioteki w tym zakresie składała się z wielu atrakcji, o czym pisze Jolanta Grzelczyk:

Przez cały rok pięć filii MBP we Wrocławiu prowadziło regularne zajęcia dla rodziców z małymi dziećmi. Były to zabawy literacko-muzyczne dla dzieci w wieku od 0 do 3 roku życia („Biblioteka Malucha”), sobotnie artystyczne warsztaty rodzinne dla nieco starszych dzieci („Zróbmy to razem. Pracownie autorskie”) oraz spektakle teatralne Bajkowej Biblioteki. Część spotkań prowadzili zaproszeni goście [...]. Specjalnie dla rodziców przygotowano kilka spotkań ze specjalistami, poświęconych opiece nad małym dzieckiem. Gośćmi tych spotkań byli m.in. Dorota Zawadzka oraz Paweł Zawitkowski. W ramach projektu „Na dobry początek” [...] w pięciu księgarniach wrocławskich [...] prowadzono akcję „Na dobry początek — kup dziecku książkę”. Wrocławianie zachęceni byli do kupowania książek dla dzieci i wrzucania ich do specjalnie na ten cel przygotowanych pojemników. Zbiórkę książek prowadzono również podczas Wrocławskich Promocji Dobrych Książek – grudniowych targów książki. Zebrane w ten sposób publikacje [...] trafiły za pośrednictwem Miejskiego Ośrodka Pomocy Społecznej we Wrocławiu do stu rodzin zastępczych. Dodatkowo MBP we Wrocławiu przekazała rodzinom zastępczym karty biblioteczne z opłaconym rocznym abonamentem uprawniającym do wypożyczania w bibliotekach publicznych multimediów (muzyka, film, gry komputerowe). Wszystkie rodziny, uczestniczące w różnych działaniach projektowych, otrzymały bezpłatne zaproszenia na koncert kończący pierwszą edycję, zorganizowany specjalnie przez Filharmonię Wrocławską [8, s. 1–2].

W 2019 r. pakiet „Na dobry początek” stał się częścią Wyprawki Wrocławskiej, która powstała z inicjatywy Prezydenta Wrocławia Jacka Sutryka [19]. Otrzymują ją rodzice nowo narodzonych wrocławskich dzieci podczas odbioru odpisu aktu urodzenia dziecka.

W Polsce funkcjonuje także zapoczątkowany w 2016 r. program „Z książką na start” (plakat akcji zob. fot. 4), którego głównym organizatorem jest Fundacja Metropolia Dzieci, a patronat honorowy nad akcją objęli: Instytut Książki, Biblioteka Narodowa oraz Stowarzyszenie Bibliotekarzy Polskich [23]. Oferta skierowana jest do dzieci w wieku do 6 lat oraz ich rodziców. Najmłodszym czytelnikom, którzy po raz pierwszy odwiedzają bibliotekę, wręczany jest Pakiet Startowy Małego Czytelnika. Oprócz książeczki znaleźć w nim można Paszport Biblioteczny, do którego wbijana jest pieczętka za każdym razem, gdy dziecko odwiedzi jedną z bibliotek biorących udział w projekcie. Po zebraniu 10 pieczętek mały czytelnik otrzymuje imienny dyplom. W ten sposób zachęca się dzieci do częstych odwiedzin instytucji bibliotecznych.

Co istotne, projekt realizują biblioteki dwóch województw: mazowieckiego oraz pomorskiego. Pierwszą biblioteką, która podjęła inicjatywę, była Wojewódzka i Miejska Biblioteka Publiczna w Gdańsku. Sukcesywnie dołączały do niej kolejne instytucje biblioteczne tak, że w ciągu ponad trzech lat trwania projektu swoją przygodę z biblioteką rozpoczęło ponad 28 tys. najmłodszych mieszkańców regionu. Z informacji zamieszczonych na stronie projektu można dowiedzieć się, że liczba najmłodszych czytelników w niektórych placówkach wzrosła o 600% [23].

Organizatorzy programu wskazują, że najważniejszym celem akcji jest zachęcenie rodziców do spędzania czasu z dziećmi, w sposób twórczy i kreatywny. W tym kontekście zamieszczono na stronie Instytutu Książki następujące informacje o projekcie:

Fotografia 4. Plakat promujący projekt „Z książką na start”



Źródło: http://www.zksiazkanastart.pl/uploads/2/0/2/3/20232099/plakat-pion-z-ksiazka-na-start-2019_orig.png

Celem projektu jest nie tylko wzrost czytelnictwa. To rzeczywiście najszybszy i najbardziej wymierny rezultat akcji. Najważniejsze jest jednak zachęcenie, aby rodzice spędzali czas z dziećmi: poza domem, w drodze do biblioteki, w bibliotece wspólnie wybierając książki, a w domu przy wspólnym czytaniu. Aby rozmawiali o przeczytanych książkach i znajdowali w nich ciekawe tematy, dzięki którym dziecko rozwinie wiedzę, słownictwo i kreatywność. To wszystko zaowocuje w trudnym okresie dojrzewania – rodzicom łatwiej będzie utrzymać kontakt z dzieckiem dzięki rozmowom, a później w dorosłym życiu da odczytanemu dziecku przewagę w zdobyciu przyjaciół i ciekawej pracy. Wierzymy, że uczestnicząc w projekcie, inwestujemy w przyszłość najmłodszych członków rodziny – dzieci,

w ich wiedzę i pewność siebie, którą wykorzystują, wchodząc w dorosłość i podejmując mądre decyzje. Czytanie jest bezpłatne, a biblioteki dostępne dla wszystkich, bez względu na możliwości finansowe rodziny. Spodziewamy się również, że rodzice i opiekunowie, odwiedzający biblioteki wspólnie z maluchami, będą mieli okazję się przekonać, że księgozbiór jest naprawdę imponujący i każdy znajdzie coś dla siebie [13].

Obecnie realizowanym w Polsce na szerszą skalę programem, zainspirowanym projektem *Bookstart*, jest „Mała książka – wielki człowiek” (logo kampanii zob. fot. 5). Inicjatywę podjął w 2017 r. Instytut Książki we współpracy z Ministerstwem Kultury i Dziedzictwa narodowego, w wyniku czego akcja „Mała książka – wielki człowiek” przerodziła się w ogólnopolską kampanię promującą czytelnictwo wśród najmłodszych. Ideą przyświecającą organizatorom projektu jest zachęcenie rodziców do odwiedzania bibliotek i codziennego czytania swoim pociechom [12]. Kampania przypomina o korzyściach płynących ze wspólnego, rodzinnego czytania od pierwszych miesięcy życia dziecka, a także o roli, jaką pełni książka w prawidłowym rozwoju emocjonalnym i intelektualnym najmłodszych.

Początkowo specjalne przygotowane wyprawki czytelnicze rozdawane były rodzicom noworodków w szpitalach, które wyraziły zgodę na bezpłatną dystrybucję pakietów. Natomiast w 2018 r. wdrożono kolejny etap akcji skierowany głównie do trzylatków. Mechanizm działa w tym przypadku analogicznie jak w projekcie „Z książką na start”. Dziecko w wieku trzech lat, które odwiedzi biorąc udział w kampanii bibliotekę, otrzyma zestaw, w skład którego wchodzi m.in. książeczka oraz Karta Małego Czytelnika. Dziecko zbiera do Karty naklejki, po czym odbiera dyplom. Dzięki temu najmłodszy czytelnik poznaje „ważne miejsce na czytelniczej mapie dzieciństwa (bibliotekę) i zostaje pełnoprawnym uczestnikiem życia kulturalnego” [14].

Fotografia 5. Logo kampanii „Mała książka – wielki człowiek”



Źródło: <http://wielki-czlowiek.pl/wp-content/themes/wielki-czlowiek/img/mkwc-logo.png>.

Obecnie kampania składa się z trzech etapów. Pierwszą wyprawkę otrzymuje niemowlę na oddziale położniczym. Kolejny zestaw czytelniczy czeka na dziecko w wieku przedszkolnym (3-6 lat) w bibliotece. Natomiast od września 2020 r. program obejmuje również pierwszoklasistów, którzy swoje wyprawki odbiorą np. w bibliotece szkolnej. Organizatorzy

zapewniają, że „wszystkie etapy wiążą się z ważnymi momentami w rozwoju dziecka i są dostosowane do jego możliwości i potrzeb tak, by ten rozwój jak najlepiej wspierać i stymulować” [15].

Wspomnieć należy także, że projekt „Mała książka – wielki człowiek” tworzony jest przy udziale małżeństwa wybitnych wrocławskich artystów – Ewy Kozyry-Pawlak i Pawła Pawlaka. Ilustratorzy zaangażowani są podczas całego procesu przygotowywania książeczek, które trafią do najmłodszych czytelników. W pierwszych czytankach ilustracje towarzyszą wybranym z największą starannością wierszom, o czym informuje opiekun projektu:

W wyborze utworów pomagało nam grono ekspertów (znawców literatury i ilustracji dziecięcej, profesorów, badaczy, przedstawicieli instytucji i mediów zajmujących się literaturą dziecięcą). Zależało nam, by włączyć do antologii teksty klasyczne (Tuwim, Brzechwa, Czechowicz), które znane i bliskie będą rodzicom i dziadkom oraz mogą przywołać pozytywne wspomnienia, a które zarazem się nie starzeją – dalej bawią, wzruszają, są też pewną „podstawą” literacką, którą nie tylko warto, ale wręcz trzeba poznać. W antologii znalazły się również utwory znanych i cenionych poetów współczesnych, takich jak Wanda Chotomska czy Joanna Papuzińska. Chcieliśmy pokazać szerokie spectrum polskiej poezji dziecięcej. To, co łączy wszystkie utwory, to ich wysoki poziom literacki, ale też dostosowanie wierszy do wieku dziecka (0-3): są to więc głównie utwory niezbyt długie, proste, ale niebanalne, zrytmizowane, poruszające tematy atrakcyjne dla Maluchów i pomagające im zrozumieć świat [16].

Wszystkie opisane inicjatywy, które czerpią z pomysłu brytyjskiego programu *Bookstart*, przyczyniają się niewątpliwie do poprawy sytuacji czytelniczej w Polsce, o czym informują m.in. przytaczane badania i statystyki. Biblioteki pełnią w każdym z projektów ważną rolę, gdyż proponują młodemu czytelnikowi nie tylko możliwość wypożyczenia książki, lecz także stwarzają dogodne warunki, by o niej porozmawiać czy przeżywać lekturę. W ramach wymienianych akcji – co istotne – poszerzana jest także świadomość rodziców, którym przypomina się o budowaniu więzi z dziećmi podczas wspólnego czytania. Organizatorzy projektów, jak również bibliotekarze informują opiekunów, że „dzieci wychowywane pośród książek są bardziej pewne siebie, mają większy niż rówieśnicy zasób słownictwa i dobrze rozwiniętą wyobraźnię. Nieodłącznym elementem czytania dzieciom w wieku przedszkolnym jest obecność rodzica/opiekuna, który nie tylko wciela się w książkowych bohaterów, ale staje się przewodnikiem w nowej przygodzie przeżywanej wspólnie z dzieckiem, budując tym samym relacje, które z całą pewnością zaowocują w przyszłości” [18].

Oprócz tego programy wspierające czytelnictwo dostarczają opiekunom najmłodszych cennych wskazówek, związanych z wyborami czytelniczymi, jak również sposobami „pożytkowania” lektury. Warto wspomnieć, że projekty te stawiają na aktywizowanie rodziców. Na stronie internetowej projektu „Mała książka – wielki człowiek” rodzice zachęceni są np. do dzielenia się swoimi rekomendacjami książek, które rozwiną listę pozycji polecanych do czytania dzieciom.

O sukcesach programów świadczą przede wszystkim pozytywne reakcje rodziców i dzieci, które zostały obdarowane wyprawką czytelniczą. Rodzice często wskazują na fakt,

że znane im z dzieciństwa wiersze pozwalają powrócić wspomnieniami do dobrych chwil, gdy sami mieli okazję słuchać tych tekstów, czytanych im przez ich opiekunów. Jak podkreśla Instytut Książki – w ten sposób buduje się niezwykle istotna wartość, jaką jest tzw. czytanie generacyjne [16].

Bibliografia

1. ANTCZAK Mariola. Marketing biblioteczny. In WOJCIECHOWSKA Maja (red.). *Zarządzanie biblioteką*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe i Edukacyjne Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich, 2019, s. 521–540. ISBN 978-83-65741-26-4.
2. Biblioteka Narodowa. *Stan czytelnictwa w Polsce w 2019 roku. Wstępne wyniki* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://www.bn.org.pl/download/document/1587585168.pdf>. Stan z dnia 20.07.2020.
3. BOSACKA Maria. Wykorzystanie podcastingu w popularyzowaniu literatury dla dzieci oraz promowaniu czytelnictwa. Na przykładzie „BookTalks Quik and Simple” Nancy Keane. In WOJCIECHOWSKA Maja (red.). *Czytelnictwo w dobie informacji cyfrowej. Rozwój, bariery, technologie*. Warszawa: Wydawnictwo SBP, 2015, s. 114–119. ISBN 978-83-64203-38-1.
4. CIESIELSKA-KRUCZEK Renata. Projekty wspierające rozwój czytelnictwa w Polsce i na świecie. In WOJCIECHOWSKA Maja (red.). *Czytelnictwo w dobie informacji cyfrowej. Rozwój, bariery, technologie*. Warszawa: Wydawnictwo SBP, 2015, s. 25–35. ISBN 978-83-64203-38-1.
5. CURYŁO Monika. Czysta w bibliotece jako wartość wspierająca kapitał ludzki. In WOJCIECHOWSKA Maja (red.). *Zarządzanie zasobami niematerialnymi bibliotek w społeczeństwie wiedzy*. Warszawa: Wydawnictwo SBP, 2016, s. 112–122. ISBN 978-83-64203-64-0.
6. CYRKLAFF Magdalena. *Lipdub* jako nowoczesna forma promocji instytucji non-profit oraz narzędzie profilaktyki i aktywizacji społeczno-kulturowej (nie tylko) nastoletnich użytkowników. In WOJCIECHOWSKA Maja (red.). *Czytelnictwo w dobie informacji cyfrowej. Rozwój, bariery, technologie*. Warszawa: Wydawnictwo SBP, 2015, s. 240–250. ISBN 978-83-64203-38-1.
7. ENEMARK Anna. *Denmark Bookstart* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <http://www.slv.nu/indexa817.html?article=denmark-bookstart>. Stan z dnia 22.07.2020.
8. GRZELCZYK Jolanta. „Na dobry początek” — projekt Miejskiej Biblioteki Publicznej we Wrocławiu promujący czytelnictwo od najmłodszych lat. *Elektroniczny Biuletyn Informacyjny Bibliotekarzy* [Dokument elektroniczny]. 2011, nr 4. Tryb dostępu: http://www.ebib.pl/images/stories/numery/122/122_grzelczyk.pdf. Stan z dnia 10.12.2020.
9. GWOŹDZIK Jolanta. Działalność wydawnicza bibliotek. In TOKARSKA Anna (red.). *Bibliotekarstwo*. Warszawa: Wydawnictwo SBP, 2013, s. 492–507. ISBN 978-83-61464-95-2.
10. HUCZEK Marian. *Marketing organizacji non-profit*. Sosnowiec: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Zarządzania i Marketingu w Sosnowcu, 2003. ISBN 83-89275-30-9.
11. Instytut Książki. *ABC DKK* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://instytutksiazki.pl/kluby-ksiazki,6,abc-dkk,10.html>. Stan z dnia 19.08.2020.
12. Instytut Książki. *Lista bibliotek, w których odbieracie Wyprawki Czytelnicze dla przedszkolaka* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://instytutksiazki.pl/aktualnosci,2,lista-bibliotek-w-ktorych-odbieracie-wyprawki-czytelnicze-dla-przedszkolaka,3805.html>. Stan z dnia 22.07.2020.
13. Instytut Książki. *Z książką na start* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://instytutksiazki.pl/aktualnosci,2,z-ksiazka-na-start,130.html>. Stan z dnia 22.07.2020.
14. Kampania „Mała książka – wielki człowiek”. *Idea* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <http://wielki-czlowiek.pl/o-projeckie/#idea>. Stan z dnia 22.07.2020.
15. Kampania „Mała książka – wielki człowiek”. *Pierwszoklasiści* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <http://wielki-czlowiek.pl/pierwszoklascisci/>. Stan z dnia 22.07.2020.
16. Kampania „Mała książka – wielki człowiek”. *Z książką na start* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <http://wielki-czlowiek.pl/ksiazka-na-start/>. Stan z dnia 22.07.2020.

17. KOSICKA Magdalena. *Krótką historia programu Bookstart* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: https://fdps.pl/baza_wiedzy/krotka-historia-programu-bookstart/. Stan z dnia 21.07.2020.
18. Miejska Biblioteka Publiczna w Olsztynie. *Książka na start. Nowy projekt czytelniczy dla trzylatków* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <http://www.mbp.olsztyn.pl/ksiazka-na-start-nowy-projekt-czytelniczy-dla-trzylatkow/>. Stan z dnia 22.07.2020.
19. Miejska Biblioteka Publiczna we Wrocławiu. *Na dobry początek – Wyprawka Wrocławska* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://biblioteka.wroc.pl/projekty/na-dobry-poczatek-wyprawka-wroclawska/>. Stan z dnia 22.07.2020.
20. Miejska Biblioteka Publiczna we Wrocławiu. *Na dobry początek* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <https://beta.biblioteka.wroc.pl/dzieci/projekty-dla-dzieci/na-dobry-poczatek>. Stan z dnia 22.07.2020.
21. VESTERGAARD Lisbet. *Bookstart changes family readings habits* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <http://slq.nu/indexb3f1.html?article=denmark-bookstart-changes-family-reading-habits>. Stan z dnia 22.07.2020.
22. WOJCIECHOWSKA Maja, KAMIŃSKA Joanna, ŻOŁĘDOWSKA-KRÓL Beata, JASKOWSKA Bożena. *Leksykon zarządzania i marketingu w bibliotekoznawstwie*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe i Edukacyjne Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich, 2019. ISBN 978-83-65741-17-2.
23. *Z książką na start* [Dokument elektroniczny]. Tryb dostępu: <http://www.zksiazkanastart.pl/>. Stan z dnia 22.07.2020.