

Milena M. Śliwińska
Stowarzyszenie EBIB
Biblioteka Uniwersytecka w Toruniu
milena.sliwinska@gmail.com

Beata Antczak-Sabala
Stowarzyszenie EBIB
Wojewódzka Biblioteka Publiczna — Książnica Kopernikańska w Toruniu
beata.sabala@ebib.pl

Czytelnictwo inaczej, czyli jak? — felieton

Zagadnienia związane z czytelnictwem, to nie tylko utyskiwanie na jego zły stan, na to, że mało osób czyta, że jeszcze mniej kupuje książki, że publikuje się także nie najwięcej¹. Na czytelnictwo można spojrzeć także z perspektywy zmian, jakie w nim zachodzą — sprzedaży e-booków, która w ciągu pięciu lat wzrosła od 2 do 60 mln, czytania publikacji elektronicznych, aktywności e-czytelników, która rozwija się nieproporcjonalnie do aktywności czytelników publikacji papierowych. Czytelnicy e-booków średnio czytają 2,5 książki na miesiąc, co daje 3 razy więcej przeczytanych książek elektronicznych niż papierowych. Fani e-booków ciągle są w mniejszości, ale *ta mniejszość tworzy swoistą elitę osób, które jak na polskie standardy czytają ponadprzeciętnie dużo*² (na szczęście dyskusja o śmierci książki czy wartościowanie, która z jej form jest lepsza, powoli odchodzi do lamusa).

Rozwijają się nowe formy czytelnictwa, na które składają się publikacje naukowe udostępniane on-line, czasopisma dostępne wyłącznie w internecie lub mające dwie wersje — drukowaną i np. na tablet. Udostępnia się dzieła literackie, kiedyś stworzone do funkcjonowania w druku, obecnie przenoszone do świata elektronicznego, zaopatrzone w nowe możliwości³, lub też takie, które wykorzystują możliwości dawane przez technologię i rzeczywistość rozszerzoną, i są stworzone wyłącznie do funkcjonowania w świecie cyfrowym⁴. Zachodzą zmiany także w promocji książki, na które składają się m.in. promocja w mediach społecznościowych czy organizowanie wirtualnych targów książki, np. podczas Warszawskich Targów Książki od 11 do 24 maja funkcjonowały także targi wirtualne⁵. Czytelnictwo to również czytelnik i jego zachowania⁶, potrzeby w świecie nie tylko off-line, ale i on-line.

¹ MARIAN, J. *Number of books published per year per capita by country in Europe* [on-line], [dostęp 13.09.2015]. Dostępny w: <http://jakubmarian.com/number-of-books-published-per-year-per-capita-by-country-in-europe/>.

² BŁASZCZYK, M., BEDNARCZYK, M. *Raport o rynku e-booków w Polsce w latach 2010–2014. Pod patronatem merytorycznym Biblioteki Analiz* [on-line]. Virtulo, 2014, s. 9 [dostęp 13.09.2015]. ISBN 978-83-272-4391-1.

³ *Understanding Shakespeare* [on-line], [dostęp 13.09.2015]. Dostępny w <http://labs.jstor.org/shakespeare/>.

⁴ „Notebook” — *nowy wymiar powieści sensacyjnej* [on-line], [dostęp 13.09.2015]. Dostępny w: <https://www.youtube.com/watch?v=KT2ITbyhigl>.

⁵ *Wirtualne targi* [on-line], [dostęp 13.09.2015]. Dostępny w: <http://www.targi-ksiazki.waw.pl/dla-wystawcow/wirtualne-targi/>.

⁶ SOBOLEWSKA, J. *Czytnik czyta czytelnika* [on-line], [dostęp 13.09.2015]. Dostępny w: <https://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/kultura/1587391,1,co-twoj-e-book-mowi-o-tobie.read>.

Innym problemem naszej czytelniczej rzeczywistości jest cena książki i los małych księgarń. Zagadnienia czytelnictwa to aspekty wielowarstwowe, które zmieniają się dynamicznie. Nie sposób poruszyć wszystkich zagadnień — w numerze skupiliśmy się na przedstawieniu jedynie niektórych jego elementów, mając nadzieję, że otworzy to drogę do dalszej dyskusji, stawiania hipotez, badania i opisywania konkretnych przypadków i realizacji.

Zagadnienia związane z promocją książki zostały podjęte przez Magdalenę Ostrowską, Agnieszkę Karp-Szymańską oraz Marcina Lutomińskiego. Spojrzenia te uzupełniają się: artykuł Marcina Lutomińskiego traktuje ogólnie o narzędziach promocji, wartościuje ich skuteczność oraz opisuje możliwości, jakie dają wydawcy, szkic Magdaleny Ostrowskiej jak przez swoistą lupę przybliży aspekt promocji m.in. wydawniczych w Instagramie, tekst Agnieszki Karp-Szymańskiej opisuje praktyki marketingowe stosowane w sprzedaży książki dziecięcej. Aspektem czytelniczym — czytaniu w kontekście gatunków tekstu poświęcił artykuł Marek Nahotko, który skupił się m.in. na funkcjonowaniu wiedzy o gatunkach w komunikacji czytelniczej. Możliwości czytelnicze, jakie dają publikowane on-line rękopisy, zaprezentowała Milena Śliwińska.

W numerze nie mogło zabraknąć omówienia czytelności tekstu w internecie. Aby zaprezentować to zagadnienie, tym razem nie od strony graficznej konstrukcji tekstu, ale od strony językowej, znalazłyśmy dla Państwa artykuł poświęcony czytelności Wikipedii, który jest także ważny z powodu zmiany postrzegania w społeczności naukowej tej największej encyklopedii. Zagadnienia poświęcone konstrukcji tekstu zostały zaprezentowane nie tylko w tekście *Czytelność Wikipedii* Teuna Lucassena, Roalda Dijkstra, Jana Maartena Schragena, lecz także w szkicach Katarzyny Janczulewicz oraz Piotra Rudery. Przegląd wybranych projektów generujących sztuczną literaturę zaprezentowała Katarzyna Janczulewicz, a Piotr Rudera podjął problematykę pisania i jego automatyzacji w kontekście nowych mediów oraz komunikacji elektronicznej.

W numerze zostały opublikowane także dwa eseje studentek związane w kulturą w świecie elektronicznym. Magdalena Wiśniewska pochyliła się nad bohaterami memów i ich losem po tym, kiedy stają się sławni. Joanna Nacfańska podzieliła się refleksją dotyczącą popularności młodego pokolenia pisarzy polskich oraz ich pomysłami na zdobycie czytelników.

Numer zamyka sprawozdanie Lidii Derfert-Wolf, uczestniczącej w drugiej edycji Ogólnopolskiej Konferencji Naukowej „Homo communicativus”, która w tym roku odbyła się pod hasłem „Przestrzeń informacyjna współczesnej nauki”. Tę cykliczną imprezę zorganizował Instytut Informacji Naukowej i Bibliologii UMK w Toruniu.

Można zaryzykować tezę, że z czytelnictwem jest jak z innymi aspektami życia kulturalnego i uczestnictwem w kulturze. Obok teatru, opery, filharmonii także literatura należy obecnie już do wyższego kręgu naszej kultury. Wyższego, żeby nie powiedzieć elitarnego. Oczywiście musimy dbać o poziom czytelnictwa, działać aktywnie, aby się podnosił, wyrównać szanse i równać współczynnik czytających do jego górnej granicy, a nie do dolnej. Choć jednocześnie trzeba mieć świadomość, że sto procent społeczeństwa nigdy nie uczestniczyło w kulturze i uczestniczyć nie będzie.

