

<https://doi.org/10.53656/bel2023-6s -MP>

ЧИТАТЕЛСКИ НАГЛАСИ И ПРАКТИКИ: ИТАЛИАНСКИЯТ ОПИТ (ОБЗОР НА СТАТИСТИЧЕСКИ ДАННИ)

Д-р Мая Падешка

Софийски университет „Св. Климент Охридски“

Резюме. В настоящата статия ще бъдат представени актуални статистически данни от проучвания и анкети, разкриващи читателската активност през последните години в Италия. По-специално ще се спрем на профила на младите хора в Италия като читатели – техните читателски предпочитания, нагласи и навици. Акцент ще бъде поставен върху усилията на италианските институции (училища, библиотеки) за поощряване на четенето.

Ключови думи: четене; Италия; деца; младежи; статистика

В контекста на проекта „Читателски практики на българските ученици (у нас и по света)“ в този текст ще бъдат представени и анализирани изследвания на читателската активност в страна, в която, както показват данните, като цяло, се чете малко¹ в сравнение с други европейски страни, но пък най-активни очевидно са читателите от възрастовата група, която е в обектива на българското изследване. Данните и анализите биха представлявали интерес при излъчване на ефективни стратегии за насърчаване на четенето сред българските деца и младежи.

Ще започна с един „частен случай“. Учител по литература в професионална гимназия (Аграрен институт „Балдесано-Рокати“ в Карманьола, Италия²) решава да проведе допитване до своите ученици за това колко, кога и защо четат / не четат. Ето някои от отговорите: „Различно е времето, което отделям за четене, но винаги чета. Зависи от времето, което ми остава след написването на домашните, всъщност през лятото чета много“; „В момента не чета много, но с по-малко ангажменти и повече време бих чел повече, защото е интересно занимание“.

В търсене на причините за нисоката читателска активност сред учениците в публикация на сайта <https://scuolainsoffitta.com/2020/04/22/idee-per-promuovere-la-lettura-tra-i-ragazzi/> се достига до изводите, че учениците не четат, защото нямат време от... четене. Нямат време от писане на домашни

работи и решаване на тестове. Настоява се обаче на това, че промотирането на четенето трябва да започне от училище, но в различна пропорция, очевидно – между четенето за учене и четенето като индивидуално търсене и удовлетворяване на предпочитания.

В анализа на това частно проучване се твърди, че съвременните деца и младежи поглъщат огромно количество информация, но всъщност не четат (и оттук – всички тези „фалшиви“ обвинения срещу младите в липса на читателски навици и количество прочетени книги). Мина времето дори и на сърфирането в интернет с цел информиране, проучване, събиране на информация. Учениците, които покрай многобройните си задачи и допълнителни дейности, демотивирани от заглавията, които им се предлагат като задължителни дори и през лятната ваканция, използват всеки свободен миг, за да правят всичко друго, но не и да четат. И стигат ли ваканциите, за да се компенсират развитието на децата и младежите като читатели, а не като ученици? Няма как да не стигнем до придобилата популярност теза на Ал. Кьосев³ за това, че „литературното образование трябва да бъде освободено от всякаква задължителност“, за да освободи място и време за формиране на читателски практики у младите. Или поне по-добре проучено и балансирано.

Към две актуални проучвания на читателската активност и читателските интереси в Италия

Проучванията на читателската активност в Италия очевидно очертават неблагоприятна и силно негативна тенденция към отлив от тази практика, но това не се отнася до всички възрастови групи. Ето как изглежда профилът на италианския читател според последните проучвания: момиче между 11 – 19 години, живее основно в Северна Италия, с родители с добро образование (поне средно). Тук обаче веднага се налага един коментар, който, сам по себе си, променя оптиката, през която оценяваме читателската активност. Когато се говори за статистическо увеличаване на читателите, трябва да се има предвид, че се увеличават най-вече „слабите“ читатели (*lettori deboli*, които четат не повече от 3 книги годишно). В Италия профилът на читателя е именно този: профил на слабия читател.

Но както ще видим, двете изследвания, обект на обзор в статията, са относително позитивни, очертават положителна постпандемична тенденция: след пандемията Италия се оказва страна, в която книгите присъстват все повече в ежедневието на децата и на младежите, а учителите и родителите изглеждат все по-ангажирани с това да изграждат нагласи за четене у своите деца/ученици: „51% от италианските тийнейджъри между 11 и 18 години четат повече след пандемията“⁴, е едно от много заглавия, които оповестяват тази позитивна тенденция.

По-надолу ще представим данни от две мащабни изследвания. Първото значимо изследване е част от мащабното изследване на ИСТАТ (Италианския

статистически институт)⁵ *RAPPORTO BES 2022: il benessere equo e sostenibile in italia* („Доклад 2022: Справедливо и устойчиво благосъстояние в Италия“), което включва 12 категории. Четенето и читателските практики попадат в категорията „Образование и обучение“ (*Istruzione e formazione*).

Изследването задава глобалната картина на читателската активност в Италия за 2022 г. Най-общо, картината е следната (цитирам точни данни от изследването). През 2022 г. четенето на книги и вестници продължава да намалява: 35,9% (регистра се намаляване с -0,7 пункта в сравнение с предходната година); намалява и делът на читателите, които четат поне 4 книжки годишно (-1,1 процентни пункта), като остава непроменен процентът на четящите периодични издания (около 23%). Все пак, ако се върнем в предпандемичния период, четенето бележи известен спад: показателите, като цяло, показват непрекъснат спад от 2010 г. насам, когато процентът на четящите поне 4 книги годишно е бил 44,4%. Потвърждава се, че жените четат повече книги от мъжете (регистра се увеличаване с +7,8 процентни пункта повече от мъжете през 2022 г., които пък остават най-големите читатели на вестници (+6,3 пункта през 2022 г.).

В коментар на изследването на ИСТАТ от 2 юли 2023 г. журналистът Антонио Палюзо обаче е по-скоро скептичен⁶: „Ревейки се в статистиката от последното проучване на ИСТАТ, което заснема състоянието на страната по отношение на икономиката, обществото, образованието, работата, здравеопазването, околната среда и други аспекти, се натъквам на тревожен факт: никога през последните двадесет и пет години не се е чел толкова малко в Италия“; „...ако е вярно, че само 39,3% от италианците четат, е също толкова вярно, че 60,7% от италианците не са чели никаква книга през 2022 г. освен по професионални въпроси или поради принудителни причини за учене. В Италия не четем в свободното си време. Това са цифри, които трябва да ни накарат да се замислим, особено в сравнение с винаги големия брой книги, публикувани в Италия. Докато, от една страна, полуостровът остава тъжно ограничен в задната част на европейските класации за четене, броят на авторите, публикуващи нови произведения, нараства експоненциално все повече и повече: през 2022 г. в Италия са регистрирани 76 575 книжни публикации, около двеста и десет книги на ден ...“. *Книги без читатели*, обобщава тъжно авторът.

Второто изследване, което ще представя, е международното изследване на онлайн платформата GoStudent по повод Световния ден на книгата *Le abitudini di lettura degli adolescenti: un'indagine nella Giornata mondiale del libro (23 aprile)* / „Навици за четене у подрастващите: изследване по повод Световния ден на книгата 23 април“. Данните са събрани чрез онлайн проучване, проведено на седем международни пазара, включително Италия, Испания, Холандия, Германия, Гърция, Турция и Мексико. Общо 1000 родители на юноши на възраст между

11 и 18 години отговарят на въпросник относно навигацията и предпочитанията на децата им за четене. Проучването е представено на Панаира на книгата в Болоня на 23 април 2023 г.

Потвърждава се статистиката за читателска активност (цитирам точни данни).

– През 2022 г. делът на хората на 6 и повече години, които са прочели поне една книга през последната година по причини, които не са строго учебни или професионални, е равен на 39,3% (през 2021 г. е бил 40,8%).

– Разликата между половете е значителна: процентът на четящите жени е 44%, този на четящите мъже е 34,3%.

– 17,4% от хората на 6 и повече години са „слаби“ читатели (прочитат максимум 3 книги на година), 15,4% са „средни“ читатели (3 – 11 книги на година). Само 6,4% са „силните“ читатели (поне 12 книги през последната година).

– Най-голям е делът на четящите младежи до 24 години, с най-високи пикове между 11 и 14 години (57,1%).

– Засега най-четящата аудитория са момичетата на възраст 11 – 14 години, сред които над 6 от 10 са прочели поне една книга през годината. След 25-годишна възраст навикът за четене намалява, въпреки че сред населението на възраст 55 – 59 години отново се наблюдава тенденция на нарастване, която обаче регресира сред населението над шестдесет и четири години. Тази тенденция е обща за мъжете и жените, но с все по-високи нива на четене за последните. До момента аудиторията, която най-много обича да чете, е представена от момичета на възраст 11 – 24 години, сред които около 6 от 10 са прочели поне една книга през годината (с пик между 11 и 14 години – 64,4%).

Горните факти насочват вниманието към една много обнадеждаваща тенденция, която ни връща към профила на активния италиански читател, и за щастие – това са децата и младежите. Към тези показателни сами по себе си факти ще добавим и актуалните данни за първите месеци на 2023 г. на Италианската асоциация на издателите (AIE), която отчита редица позитивни тенденции, които идват като следствие от активната политика на асоциацията за насърчаване на четенето. Намесва се и факторът „семейство“, отново – в положителна светлина. Изследването на Асоциацията е представено на Панаира на детската книга в Болоня на 7 март 2023 г. и е организирано в рамките на проекта Aldus Up.

Ето част от данните, придружени с анализа на AIE⁷.

– 96% от децата и младежите са прочели поне една неучебна книга през последните 12 месеца в сравнение със 75% през 2018 г. Във възрастовата група 0 – 3 години нараства четенето на глас от родители и учители, боравенето с тактилни, твърди корици, илюстрирани и анимирани книги, оцветяване и други форми на предварително четене (70% в сравнение с 49% през 2018 г.). Според анализа на Джовани Пересон – ръководител на изследователския от-

дел на АЕ, този силен растеж може да има няколко причини. Първата е, че младите двойки родители са осъзнали по-добре ролята на книгите и четенето в развитието на детето от най-ранните години. Втората причина е, че манга, комикси за супергерои и други сериали, които преди не са били възприемани изцяло като четене на книги, сега се възприемат като „четиво“, и това се отразява на отговорите. Но можем също така да видим първите ефекти от кампании, насърчаващи детското четене, като #ioleggobecause.

– Разрастващ се книжен пазар в сравнение с периода преди пандемията. През 2022 г. са закупени 23,2 млн. екземпляра книги за деца и юноши, с 2,6 млн. повече от 2019 г. – макар и лек спад спрямо 2021 г., когато са били 23,9 млн. От 23,2 милиона книги, продадени през 2022 г., 1 милион са комикси и манга, или 4,4% – ясно увеличение в сравнение с 1,5% през 2019 г. Книгите за ранна детска възраст (0 – 5 години) са почти половината: 46,1%. Ако разгледаме производството, днес пазарът на активни книги, книги с твърди корици, книжки за оцветяване и други продукти, подходящи за най-младата възрастова група, за да ги въведе в четенето, представлява 41% от всички заглавия, публикувани всяка година. Тези данни ни казват, че продукцията на някои формати и жанрове е нараснала много през последните години – от комикси до активни книги с малко думи и много изображения, *което предполага различни форми на четене в сравнение с традиционните* (подч. мое).

– 8% от читателите четат повече от три часа седмично, 58% от един до три часа, 38% не повече от един час. Материалността на книгата играе много важна роля: дигиталното четене засяга всъщност само 1% от извадката, докато нарастващ процент – 48%, четат както физически, така и дигитално. Мнозинството (51%) обаче продължават да разчитат само на печатни книги.

– Четенето и книгите са област, в която насочващата и стимулираща роля на възрастните върху младите хора и децата е силна и расте в сравнение с предишни проучвания. Във възрастовата група 7 – 9 години 18% от анкетираните избират самостоятелно заглавията при 37% през 2018 г. Всички останали са напътствани или придружени в избора си от родители и учители. Във възрастовата група 10 – 14 години процентът на избиращите самостоятелно е 41%, през 2018 г. е бил 60%.

– Що се отнася до удоволствието от четенето, 20% от извадката имат силно положително мнение (оценка 8 – 10), 48% – положително (оценка 6 – 7), 32% имат отрицателно мнение. Четенето, от друга страна, се сблъсква с конкуренция от телевизията в ранна възраст и по-късно от дейности, извършвани на смартфона (чат в WhatsApp, консултиране в социални мрежи, използване на приложения) при заемане на свободното време на непълнолетните. Но използването и посещаемостта на библиотеките от младите хора нарастват бързо. Училищните библиотеки, които са се възползвали от кампанията #ioleggobecause през последните седем години с 2,5 милиона нови дарени

книги в цялата страна, се посещават от 41% от младежите (26% през 2018 г.), държавните училища – от 12% (те са били 13% през 2018 г.).

Особен акцент в това изследване се поставя именно върху удоволствието от четенето⁸. За издателите се оказва важно не само времето, прекарано в четене на книги, но и възприемането на четенето през удоволствието, особено сред по-големите деца, сред младежите (факт е, че след 14-годишна възраст интересът към четенето намалява). Нужно е да се идентифицират езиците, продуктите и начините на комуникация, които им допадат най-много (вж. цитираната публикация). „Данните за нарастването на четенето ни утешават – обобщава Беатрис Фини, член на детската комисия на АІЕ по време на пресконференция в Болоня. – Но данните за удоволствието от четенето са неудовлетворителни, тежат. Това, което виждаме, е, че в епохата, в която четенето на комикси и манга експлодира, има недоволство от пазара на „класическите“ жанрове. Тези, които четат комикси, са изтънчени, критични читатели, ето защо трябва да разберем как да направим четенето секси за тези деца“.

Карло Галуци (Gallucci editore), чиято продукция като издател е изключително насочена към предучилищните възрастови групи, подчертава силната роля на „вкореняването на удоволствието от четенето“, което могат да породят илюстрираните, активните книги, книжките за оцветяване, книгите с изскачащи прозорци: „В тези продукти виждаме цялото удоволствие от четенето: развитие, преди- и следистория, въвличане в историята, изненада...“. Въпросът е как това удоволствие от четенето да остане и да се запази, докато детето расте. Николета Грамантиери от библиотеката „Сала Борса“ – една от най-важните библиотечни институции в Италия със седалище в Болоня, изказва следното мнение, което смятам за релевантно и на динамиката в развитието на читателската култура и навици в България: „Преди училище удоволствието от четенето за децата е пълно, с началото на училищния живот идва необходимостта да се научиш да четеш, и това обърква детето“. Очевидно едното (четене, наученото) излага другото на риск. Според Грамантиери „7 – 10-годишният възрастов диапазон е този, при който „търговската оферта“ на книги е най-слаба... Има огромно предлагане на книги, които (искат да ни) научат на нещо, но това, от което се нуждаем, са книги, които запазват преди всичко удоволствието от четенето, независимо от педагогическите послания. Вярвам, че успехът на комиксите днес е, защото комиксите днес са истинският Bildungsroman“.

Отражение на думите на Грамантиери може да се види в данните от изследването на АІЕ относно изборите на четиво от различни възрастови групи. Във възрастовата група 7 – 9 години 18% от децата избират самостоятелно заглавията при 37% през 2018 г. Всички останали са водени или придружени от родители и учители. Във възрастовата група 10 – 14 години процентът на избиращите самостоятелно е 41%, през 2018 г. е бил 60%.

Това показва, че с напредване на училищната възраст децата/юношите се „отучват“ да търсят и избират сами. Училището поема тази роля. Ето защо подкрепата на училището трябва да бъде мъдра и насочена към развиване на подрастващия като читател, а не (само) като учащ, като потребител на готов, измислен от друг „списък“/канон.

Освен училището за насърчаване на четенето сред младите голяма роля имат и италианските издатели и библиотекари, които предлагат интересни инициативи, каквото е например движението #BookTok, хаштаг на AIE⁹, породен от стремежа четенето да влезе в социалните мрежи, предпочитани от младите, да стане *мода*. Роден като спонтанен феномен през 2020 г., хаштагът #BookTokItalia се движи с цифри, достигащи над 2 милиарда гледания, като глобалният #BookTok надхвърля 140 милиарда. Но въздействието не е само върху пазарните обеми. Според статия, публикувана в Business Insider, BookTok променя сюжетите на книгите и избора на издателите във фазата на заглавия за публикуване.¹⁰

Последната част от този обзор ще засегне именно стратегиите и идеите на някои италиански изследователи и автори за стимулиране на четенето. Такива идеи се предлагат например в книгата на Дж. Маркета „*Lettori si cresce*“ (книга, която тематизира израстването, култивирането на читателя)¹¹.

1. Да отделим време и място по време на самия учебен процес, изцяло посветени на четенето; четенето като интегрална част от учебния процес и урока.

2. Да сложим край на жанровия расизъм (*Piantarla col razzismo dei generi letterari*) – жанрово разнообразие, което да подпомогне свободния избор.

3. Да подпомогнем възприемането на книгата (на историята) не само през четенето, но през слушането, драматизацията, филма.

4. Да заложим на кратките форми (но завършени!) – разкази, други кратки повествователни форми.

5. Следващият съвет ни води към отхвърляне на безкритичното занимание с литературния текст: *Abbandonare ogni buonismo letterario*. Литературата не е еталон за добро и етично, не (винаги) образова, не ни формира като личности, не ни прави по-добри, не прави света по-добър. Според авторката този наивнолиберален подход към литература е контрапродуктивен.

Към тези съвети ще добавим и някои конкретни дидактически идеи, които откриваме на сайта <https://scuolainsoffitta.com/2020/04/22/idee-per-promuovere-la-lettura-tra-i-ragazzi/>

1. Пътуване с книги

Изберете дестинация, до която искате да пътувате, и потърсете книга, чийто сюжет се разгръща там. За да си помогнете в търсенето, осведомете се за писатели, които са родени или живели на това място, напишете името на града например в „Амазон“ и започнете търсене сред художествени книги.

2. Трейлър на книга

Представете си, че сте режисьор, който трябва да избере място и актьорски състав, за да превърне романа, който четете, във филм. Потърсете в мрежата снимка, която най-добре описва мястото, където се развива действието на книгата, изберете измежду съвременни актьори, които бихте наели за ролите, и редактирайте трейлър с помощта на PowerPoint слайдове или други инструменти, които познавате.

3. Кастинг за автори

Много издателства имат YouTube канал с видеа, в които самите автори представят своите книги. Абонирайте се и изберете своя автор!

4. Видео преглед

Направете кратко видео, в което се опитвате да убедите съучениците си да прочетат книга, която много сте харесали. Няма значение какъв жанр е и кога сте я прочели, стига наистина да ви е харесала.

5. Табло за снимки

Направете си селфи или направете снимка, на която четете книга, за да може да се види заглавието. Създайте табло за обяви като колаж, в който са групирани снимките на всички от класа/групата. Полезни инструменти за колажи присъстват в приложения за фотография или редактиране като Canva, Photoscape и др. Можете да решите да актуализирате таблото за обяви веднъж месечно и да използвате снимката например като профил за чат на класа.

6. Библиографска готварска книга

Със съдействието на всички деца в класа се установяват „клиничните случаи“, които да се лекуват с книги: тъга, тормоз, липса на приятели, несподеляна любов, липса на желание за учене и др. Децата могат да бъдат разделени на групи и всяка група да работи по тема, търсейки най-подходящите заглавия, които да предложи.

Други полезни идеи за насърчаване на четенето биха били например изработване на книгоразделители и меки подвързии на книги. Също така, при възможност, учителят може да заведе учениците в книжарница и да се избере книга по корицата, който избор би работил на визуално равнище чрез внушенията за историята, която би съдържала.

Ще завърша този обзор с мнението на Р. Бинди, психотерапевт, специалист по книготерапия, което може да обобщим по следния начин: препоръчвайте истории, а не книги; не книгата, а четенето¹²: „...вместо да предлагаме книгата, полезно е да представим историята. История, която трябва да попада в каноните, които момчетата и момичетата биха оценили днес“.

Четенето като новата модна тенденция с book influencer-и, bookstagrammer-и и booktuber-и; като терапия, като медитация; като модус на преживяване, което може би ще повиши интереса на „мрежовото поколение“ към себе си чрез „свързване“: възможно ли е? Книгата, преди да бъде средство за

прекарване на свободното време, би трябвало да бъде свързване със словото. В съвременния свят на безсловесни комуникации пред телефона или компютъра хората отвикват от думите – първо от устното, после и от писменото слово. Отново стигаме до началния парадокс: думите и книгите днес повече се гледат, вместо да се четат. „Безжичното е във въздуха, който дишаме, а чрез социалните мрежи дори най-интимните аспекти от нашето ежедневие се преместиха в интернет. Промяната на парадигмата, на която сме свидетели, не само измени опорите и средата, върху която живее писаното слово, но революционизира самата концепция за четене и писане и промени начина, по който всеки от нас влиза в контакт с околния свят. Дигиталната революция накара текста да съществува „около“ нас, превръщайки интернет в приобщаваща вселена – нещо като балон – в която читатели, производители на съдържание, медиатори, случайни потребители гравитират без никаква йерархия или граница между една роля и други. Всеки може да бъде всичко, довеждайки процеса на демократизация на културата до неговия максимален израз.“¹³

В балона на тази приобщаваща вселена книгата разширява своя обем. Но както показват и данните от представените тук изследвания, четенето печели позиции и всичко е въпрос на подход, предлагане и центробежност.

Благодарности. Това изследване е финансирано от Европейския съюз – NextGenerationEU, чрез Националния план за възстановяване и устойчивост на Република България, проект SUMMIT BG-RRP-2.004-0008-C01.

Acknowledgments. This study is financed by the European Union – NextGenerationEU, through the National Recovery and Resilience Plan of the Republic of Bulgaria, project SUMMIT BG-RRP-2.004-0008-C01.

БЕЛЕЖКИ

1. <https://luce.lanazione.it/scienze-e-culture/italia-paese-libri-lettura/> (Всички сайтове са посетени последно на 1 октомври 2023 г.)
2. <https://www.ilcarmagnolese.it/cominciate-a-leggere-sondaggio-sulla-lettura-al-baldessano-roccati-carmagnola/>
3. Вж. интервюто с Ал. Кьосев на сайта: https://www.dnevnik.bg/analizi/2023/08/15/4517869_cheteneto_ili_oshte_vednuj_za_obrazovaniето_po/
4. <https://www.ilsole24ore.com/art/il-51percento-adolescenti-italiani-gli-11-e-18-anni-legge-piu-pandemia-AEegnTTB>
5. <https://www.istat.it/it/archivio/282920>
6. <https://glicineassociazione.com/60-italiani-non-legge-libro-anno/>
7. <https://www.raiscuola.rai.it/raiscuola/articoli/2023/03/2023-piccoli-lettori-crescono-cef3d766-696c-4c7c-8fb9-0ce86606ac08.html>

8. <https://www.giornaledellalibreria.it/news-lettura-cresce-la-lettura-0-14-anni-ma-attenzione-alla-disaffezione-tra-i-teenager-5409.html>
9. <https://www.aie.it/Cosafacciamo/Corsieformazione/Tuttosulcorso.aspx?ID-UNI=nl0xme0vehhe5juzpsfteku6324&MDId=11011&RAE=11013;1;108-3525-2011.12.27;108-470-2023.3.3;-1;108;&Skeda=MODIF108-470-2023.3.3>
10. https://www.repubblica.it/tecnologia/2023/06/21/news/tiktok_booktok_italia_i_social_cambiano_i_libri-405170735/
11. Giusi Marchetta: *Lettori si cresce*. Einaudi, 2015. Вж. и сайта <https://www.illibraio.it/news/scuola/scuola-crescere-giovani-lettori-190163/>
12. <https://alloyoop.ilsole24ore.com/2022/06/27/ragazzi-libri/>
13. Simona Paolantoni. *Social reading e nuova mediazione: indagine qualitativa sul rapporto tra lettura giovanile, reti sociali e biblioteche*. <https://aibstudi.aib.it/article/view/13076/29>

READING ATTITUDES AND PRACTICES: THE ITALIAN EXPERIENCE (OVERVIEW OF STATISTICAL DATA)

Abstract. In this article, up-to-date statistical data from studies and polls revealing reading activity in recent years in Italy will be presented. In particular, we will focus on the profile of young people in Italy as readers - their reading preferences, attitudes and habits. Emphasis will be placed on the efforts of Italian institutions (schools, libraries, publishing houses) to promote reading.

Keywords: reading; Italy; children; young people; statistics

✉ **Dr. Maya Padeshka**

Research ID: AAY-4136-2021 (WoS)

ORCID iD: 0000-0002-0220-7641

Sofia University

Sofia, Bulgaria

University of Naples L'Orientale

Naples, Italy

E-mail: mpadeshka@unior.it