

**NACIONALNA KAMPANJA
ZA OSOBE S TEŠKOĆAMA ČITANJA I DISLEKSIJOM
„I JA ŽELIM ČITATI!“**

NATIONAL CAMPAIGN FOR PERSONS WITH READING
DIFFICULTIES AND DYSLEXIA „I WANT TO READ TOO!“

Željka Mišćin

Knjižnice grada Zagreba
zeljka.miscin@kgz.hr

Dunja Marija Gabriel

Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu
dgabriel@nsk.hr

UDK / UDC 027.6:028:376
Stručni rad / Professional paper
Prihvaćeno / Accepted: 13. 6. 2017.

Sažetak:

Hrvatsko knjižničarsko društvo provodi jednogodišnju Nacionalnu kampanju za osobe s teškoćama čitanja i disleksijom “I ja želim čitati!” (2016.–2017.). Suorganizatori Kampanje su Nacionalna i sveučilišna knjižnica u Zagrebu i Knjižnice grada Zagreba. Kampanja ima brojne partnere među kojima se ističu Edukacijsko-rehabilitacijski fakultet, Hrvatsko logopedsko društvo, Hrvatska udruga za disleksiju, sve vrste knjižnica, škole, vrtići i nakladnici.

U članku se predstavlja Kampanja, njezin nastanak, ciljevi, ciljne skupine stanovništva kojima je namijenjena, partneri, pregled aktivnosti i komunikacija u Kampanji te vizualni identitet i zagovaranje Kampanje. Kampanjom se informira, educira i senzibilizira šira javnost o problemima i potrebama osoba s teškoćama čitanja i disleksijom te se nastoji poboljšati kvaliteta života te skupine ljudi. Predlaže se izmjena postojećeg Zakona o autorskom pravu i srodnim pravima (NN 167/03, čl. 86) u dijelu koji se odnosi

na korištenje autorskih djela za potrebe osoba s invaliditetom, tj. njegovo proširenje na osobe koje iz bilo kojeg razloga ne mogu čitati standardni (crni) tisak. Zalaže se za poboljšanje međuinstitucionalne suradnje stručnjaka koji se bave osobama s teškoćama čitanja i disleksijom te povećanje broja knjižnica koje provode posebne programe za tu skupinu korisnika.

Cljučne riječi: Nacionalna kampanja „I ja želim čitati“, teškoće čitanja, disleksija, knjižnice, Zakon o autorskom pravu i srodnim pravima

Summary:

Croatian Library Association is managing a year long National Campaign for Persons with Reading Difficulties and Dyslexia “I Want to Read Too!” (2016.-2017.). National and University Library in Zagreb and Zagreb City Libraries are co-organizers of the Campaign. The Campaign has a multitude of partners amongst which are the distinguished Faculty of Education and Rehabilitation Sciences, Croatian Logopedic Association, Croatian Dyslexia Association, all types of libraries, schools, kindergartens and publishers.

The paper presents the campaign, its inception, objectives, activities, key social groups to which the campaign is aimed at, as well as the visual identity and promotion of the campaign. The campaign informs and educates people as well as sensitizes the broad public about the problems and needs of people with reading difficulties and dyslexia that are print disabled. The campaign also strives to improve of the quality of life for this group of people. The campaign also suggests an amendment of the current Copyright and Related Rights Act (Article 86) which refers to the use of the authors’ work for the needs of people with disabilities. The suggested change in the legislation aims to make the Copyright and Related Rights Act also include people who, for any reason, cannot read standard print. The Campaign aims to improve interinstitutional cooperation of experts who work with people with reading difficulties and dyslexia who are print disabled and to increase the number of libraries who conduct special programmes for this group of users.

Keywords: National Campaign „I Want to Read Too!“, reading difficulties, dyslexia, libraries, Copyright and Related Rights Act

1. Uvod

Komisija za knjižnične usluge za osobe s invaliditetom i osobe s posebnim potrebama Hrvatskoga knjižničarskog društva (dalje u tekstu: Komisija za IOPP) pokrenula je Nacionalnu kampanju za osobe s teškoćama čitanja i disleksijom „I ja želim čitati!“.¹ Razrada ideje o Kampanji započela je krajem 2015. godine, a provođenje Kampanje u suorganizaciji s Nacionalnom i sveučilišnom knjižnicom u Zagrebu i Knjižnicama grada Zagreba obilježeno je održavanjem 13. okruglog stola za knjižnične usluge za osobe s invaliditetom i osobe s posebnim potrebama 30. rujna 2016. godine.²

Vrijednost Kampanje prepoznata je u knjižničarskoj zajednici i od početka njezina provođenja pridružilo joj se još osam Komisija HKD-a.³ Knjižničari su idejni začetnici Kampanje, a provode ju u partnerstvu s ostalim stručnjacima koje ova tema zanima i pristup im je multidisciplinaran.

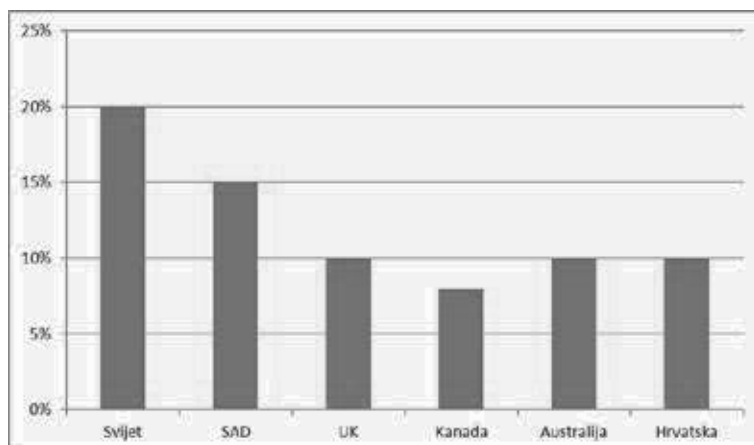
U suradnji sa stručnjacima s Edukacijsko-rehabilitacijskog fakulteta u Zagrebu (Odsjek za logopediju), iz Hrvatske udruge za disleksiju i Hrvatskog logopedskog društva precizno su definirani pojmovi i skupine osoba s teškoćama čitanja i disleksijom. Teškoće čitanja i disleksija problemi su koji zahvaćaju veći dio populacije u zemlji i svijetu. Logopedska zajednica ne raspolaže konkretnim brojem osoba s disleksijom, već se on izražava u postocima u odnosu na ukupnu populaciju neke zemlje (grafikon 1).⁴

¹ I ja želim čitati!: nacionalna kampanja za osobe s teškoćama čitanja i disleksijom [citirano: 2017-06-02]. Dostupno na http://www.hkdrustvo.hr/hr/obavijesti/lista_novosti/0/a2FtcGFua-mE=?session_id=vd919n9392m02loi3014ps8bb3.

² Gabriel, Dunja M.; Miščin, Željka. I ja želim čitati: nacionalna kampanja za osobe s teškoćama čitanja i disleksijom [citirano: 2017-06-07]. // HKD Novosti 71(2016). Dostupno na <http://www.hkdrustvo.hr/hkdnovosti/clanak/1280>.

³ Komisija za čitanje, Komisija za narodne knjižnice, Komisija za knjižnične usluge za djecu i mladež, Komisija za osnovnoškolske knjižnice, Komisija za srednjoškolske knjižnice, Komisija za visokoškolske knjižnice, Komisija za autorsko pravo i otvoreni pristup, Komisija za upravljanje.

⁴ Dyslexia international: better training, better teaching [citirano: 2017-06-02]. Dostupno na <http://www.dyslexia-international.org/wp-content/uploads/2014/10/DIReport-final-4-29-14.pdf>; Dyslexia statistics and myth busting, inspirational, fun facts [citirano: 2017-06-02]. Dostupno na <http://www.dyslexia-reading-well.com/dyslexia-statistics.html>; Dyslexia in Australia [citirano: 2017-06-02]. // Australian Dyslexia Association. Dostupno na <http://dyslexiaassociation.org.au/index.php?page=what-is-dyslexia>; Statistics on dyslexia [citirano: 2017-06-02]. // Dyslexia Center of Utah. Dostupno na <http://dyslexiacenterofutah.org/dyslexia/statistics/>.



Grafikon 1: postotak osoba s disleksijom u ukupnom broju stanovnika pojedine zemlje

Jednostavnu definiciju disleksije ne može se pronaći u stručnoj literaturi uspoređujući autore koji su se bavili njezinim definiranjem. Logopedija kao znanost u oblikovanju znanstvenog leksika pokazuje promjene i otvorenost. Zato je u ovom tekstu odabrano i koristi se nekoliko definicija disleksije:

- „Disleksija je složeno neurološko stanje konstitucionalnog podrijetla. Simptomi mogu zahvatiti različita područja učenja i djelovanja i mogu se opisati kao specifične teškoće u čitanju, sricanju i pisanju. Može biti zahvaćeno jedno od navedenih ili pak više područja.“⁵
- „Neurološki poremećaj koji ometa učenje i obradu jezika i očituje se u problemima s čitanjem, sricanjem, pisanjem, govorom i/ili slušanjem; nemogućnost svladavanja čitanja i pisanja unatoč urednoj inteligenciji i dostatnom trudu.“⁶
- „Riječ disleksija potječe od grčke riječi *dys* (što znači slab ili nedostatan) i *lexis* (što znači riječi ili jezik). Djeca i odrasli s disleksijom imaju neurološki poremećaj zbog kojeg mozak različito obrađuje i tumači informacije. Uzrok nije mentalno ili osjetilno oštećenje, emocionalni poremećaj ili kulturološka zaklinutost.“⁷

⁵ Nielsen, Gyda Skat; Birgitta Irval. Smjernice za knjižnične službe i usluge za osobe s disleksijom. Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2004. Str. 3.

⁶ Panella, Nancy Mary. Pojmovnik stručnih izraza i definicija Sekcije za knjižnične usluge za osobe s posebnim potrebama [citirano: 2016-12-19]. Dostupno na file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/2013-Pojmovnik-osobe_s_posebim_potrebama%20(1).pdf.

⁷ IFLA Guidelines for library services to persons with dyslexia - revised and extended. IFLA, 2014. [citirano: 2016-12-19]. Dostupno na http://www.ifla.org/files/assets/lrn/publications/guidelines-for-library-services-to-persons-with-dyslexia_2014.pdf.

Osim prethodno navedenih definicija, Hrvatska udruga za disleksiju (dalje u tekstu: HUD) definira disleksiju kao stanje, a ne bolest, na koje se može utjecati ako se otkrije u ranoj dobi, odnosno na početku školovanja. Ona nije samo poremećaj čitanja, već sindrom koji se odražava na razumijevanje jezika i informacija koje dobijemo kroz govor, čitanje, pisanje i računanje.⁸

Osobe koje mogu imati teškoće čitanja jesu slijepe i slabovidne, gluhe i nagluhe, osobe s intelektualnim teškoćama, osobe s motoričkim teškoćama, osobe s ADHD-sindromom, autizmom, osobe s udruženim smetnjama (kombiniranim teškoćama) te socijalno i pedagoški deprivirane osobe (s neprimjerenim odgojno-obrazovnim poticajem za razvoj).

Podaci za Kampanju o postotku osoba s teškoćama čitanja i disleksijom u odnosu na ukupnu populaciju u Hrvatskoj dobiveni su od HUD-a kao partnera u Kampanji. Pema podacima HUD-a postotak osoba s govorno-glasovno-jezičnim teškoćama u Hrvatskoj je oko 20 posto, dok osobe s disleksijom predstavljaju 8–10% populacije u Hrvatskoj, što uključuje oko 30 000 školske djece.⁹ Prema podacima Edukacijsko-rehabilitacijskog fakulteta u Zagrebu (Odsjek za logopediju) oko 30% studenata u Europskoj uniji ima teškoće čitanja i disleksiju¹⁰, dok za Hrvatsku nema podataka.

Prema evidenciji Državnog zavoda za statistiku iz 2011. godine u Hrvatskoj su evidentirane 758 633 osobe starije od 65 godina¹¹ i 230 773 stanovnika s teškoćama u obavljanju svakodnevnih aktivnosti prema vrsti teškoća.¹² Cjelovito su navedene sve obuhvaćene skupine¹³, ali službeni podatak o osobama s teškoćama čitanja i disleksijom ne postoji.

⁸ Bilten HUD-a 15, 30(2012) [citirano: 2016-12-19]. Dostupno na <http://hud.hr/wp-content/uploads/sites/168/2014/11/bilten30.pdf>.

⁹ Vesna Buljubašić-Kuzmanović; Maja Kelić. Ocjenjivanje djece s teškoćama u čitanju i pisanju: vrednujemo li znanja ili sposobnosti? // Život i škola 58, 28(2/2012), 45–62.

¹⁰ Smjernice za izjednačavanje mogućnosti studiranja osoba s disleksijom [citirano: 2017-06-07]. Dostupno na http://www.unizg.hr/uredssi/images/datoteke/smjernice_disleksija.pdf.

¹¹ Stanovništvo prema starosti i spolu po naseljima, popis 2011. [citirano: 2017-06-07]. Dostupno na http://www.dzs.hr/Hrv/censuses/census2011/results/htm/H01_01_01/H01_01_01.html.

¹² Stanovništvo s teškoćama u obavljanju svakodnevnih aktivnosti prema vrsti teškoća, starosti i spolu, popis 2011. [citirano: 2017-06-07]. Dostupno na http://www.dzs.hr/Hrv/censuses/census2011/results/htm/H01_01_22/H01_01_22_RH.html.

¹³ Ubrojene su sljedeće skupine: osobe s teškoćama s vidom; teškoćama s vidom i sluhom ili govorno-glasovnom komunikacijom; teškoćama s vidom i pamćenjem, koncentracijom ili u sporazumijevanju s drugima; teškoćama s vidom i kretanjem; teškoćama s vidom i ostalim teškoćama; teškoćama sa sluhom ili govorno-glasovnom komunikacijom; teškoćama sa sluhom ili govorno-glasovnom komunikacijom i teškoćama s pamćenjem, koncentracijom ili u sporazumijevanju s drugima; teškoćama sa sluhom ili govorno-glasovnom komunikacijom i teškoćama s kretanjem; teškoćama sa sluhom ili govorno-glasovnom komunikacijom i ostalim teškoćama; teškoćama s pamćenjem, koncentracijom ili u sporazumijevanju s drugima; teškoćama s pamćenjem, koncentracijom ili u sporazumijevanju s drugima i teškoćama s kretanjem; teškoćama s pamćenjem, koncentracijom ili u sporazumijevanju s drugima i ostalim teškoćama.

Logopedi ističu da je za osobe s teškoćama čitanja i disleksijom potrebna jezična i grafička prilagodba tekstova u svrhu poticanja čitanja s naglaskom na čitanju s razumijevanjem. Teškoće čitanja i disleksiju važno je dijagnosticirati do 8. ili 9. godine života kako bi se takvim osobama pružila primjerena pomoć prilikom učenja.

Neposredno prije Kampanje provedeno je *online* anketno istraživanje. Istraživanje je potvrdilo pretpostavku da je provođenje Kampanje za osobe s teškoćama čitanja i disleksijom opravdano. Cilj istraživanja bio je utvrditi stanje knjižničnih usluga i programa za osobe s teškoćama čitanja u svim vrstama knjižnica u Hrvatskoj prije početka Kampanje. Svrha istraživanja bila je davanje preporuka za poboljšanje i povećanje broja usluga u knjižnicama. Na upitnik su odgovorile 572 knjižnice. Važan dio tog anketnog istraživanja jest podatak da 48 posto knjižnica nema evidenciju o broju korisnika s teškoćama čitanja. Velik broj knjižnica, njih 88 posto, nema posebnu zbirku ili izdvojenu policu s građom laganom za čitanje, a samo 6,8 posto knjižnica ima e-knjigu.¹⁴

2. Nacionalna kampanja „I ja želim čitati!“

Kampanja „I ja želim čitati!“ započela je 1. listopada 2016. godine i trajat će godinu dana, tj. do 1. listopada 2017. godine. Nakon tog datuma pristupit će se postupku vrednovanja Kampanje i predstavljanju njezinih rezultata, a na temelju toga odlučit će se postoji li potreba za nastavkom i širenjem Kampanje.

2.1 Cilj Kampanje

Važan dio pripremnog rada za Kampanju bio je određivanje njezinih ciljeva. Glavni je cilj Kampanje informiranje i educiranje javnosti o teškoćama čitanja i disleksiji te senzibiliziranje javnosti za tu problematiku. Nedostatna informiranost i izostanak edukacije izložili su osobe s teškoćama čitanja i disleksijom nerazumijevanju najbliže okoline. Neprihvatanje problema od strane roditelja i društva težak su teret u odrastanju pojedinca. Senzibilizacija javnosti za probleme u kojima se nalaze osobe s teškoćama čitanja i disleksijom omogućit će višu razinu našeg prihvatanja različitosti i tolerancije. Nositeljima Kampanje kao komunikatorima iznimno je važno da informacije prenesu onima koji ih trebaju. Tijek prijenosa informacije u Kampanji ilustriran je na sljedeći način:

Kampanja → zanimanje za inovaciju → odluka, korisnici žele sudjelovati → primjena inovacije (praksa) → potvrda, inovacija prihvaćena, bitna evaluacija¹⁵

¹⁴ Istraživanje su provele članice Komisije za knjižnične usluge za osobe s invaliditetom i osobe s posebnim potrebama Sanja Bunić, Dunja Marija Gabriel i Amelia Kovačević.

¹⁵ Cutlip, Scott M.; Allen H. Center; Glen M. Broom. Odnosi s javnošću. Zagreb : Mate, 2003. Str. 420–421.

Cilj je Kampanje naučiti jednostavnim jezikom izražavati složene probleme. U komunikaciji s ciljanim skupinama provjerava se (demonstrira) ideja Kampanje oblikovana u glavni cilj. Javnost treba podsjećati na prisutnost nove ideje, a njezino ponavljanje imat će za svrhu dulje pamćenje informacije.

2.2 Specifični ciljevi Kampanje

Kampanja ima pet specifičnih ciljeva.

Prvi je predlaganje izmjene Zakona o autorskom pravu i srodnim pravima (dalje u tekstu: ZAPSP) (NN 167/03, čl. 86)¹⁶ koji bi omogućio osobama s teškoćama čitanja i disleksijom lakši pristup knjigama posebno uređenima za njih. Izmjena ZAPSP-a (NN 167/03) čl. 86 od osobite je važnosti jer se u Zakonu spominju samo osobe s invaliditetom. Postojeće ograničenje autorskog prava u ZAPSP-u (NN 167/03, čl. 86) odnosi se na korištenje autorskih djela za potrebe osoba s invaliditetom, tj. osoba uključenih u Hrvatski registar osoba s invaliditetom pri Hrvatskom zavodu za javno zdravstvo. Navedeno dopuštenje za korištenje autorskih djela ne uključuje sve osobe s teškoćama čitanja i osobe s disleksijom jer nemaju status osoba s invaliditetom. Te osobe ne stječu prava u smislu Zakona o mirovinskom osiguranju, Zakona o socijalnoj skrbi ili Zakona o profesionalnoj rehabilitaciji i zapošljavanju osoba s invaliditetom i nisu evidentirane u Hrvatskom registru osoba s invaliditetom.

Teškoće čitanja mogu biti znatno olakšane prijenosom građe potrebne za učenje u druge formate, primjerene toj populaciji. Kampanjom se predlaže preoblikovanje čl. 86. ZAPSP-a tako da, osim osoba s invaliditetom, obuhvati i osobe s teškoćama čitanja i disleksijom, odnosno sve koji se ne mogu služiti tiskanim slovima na uobičajen način. Dopuna Zakona omogućila bi osobama s teškoćama čitanja i disleksijom lakši pristup većem broju knjiga posebno uređenih za tu skupinu ljudi. Važnu ulogu u pokretanju izmjene ZAPSP-a imat će Državni zavod za intelektualno vlasništvo i pravni stručnjaci.

Drugi specifični cilj predviđa bolju međuinstitucionalnu suradnju stručnjaka koji se bave osobama s teškoćama čitanja i disleksijom. U organiziranju knjižničnih usluga za tu skupinu korisnika ključna je suradnja s logopedima. Zato je Edukacijsko-rehabilitacijski fakultet u Zagrebu (Odsjek za logopediju) važan partner u Kampanji zajedno s Hrvatskim logopedskim društvom i Hrvatskom udrugom za disleksiju, a knjižnice predstavljaju poveznicu s ustanovama u odgojno-obrazovnom sustavu (vrtići, osnovne i srednje škole, visokoškolske ustanove).

Nakladnici su važni jer ih je potrebno zainteresirati i potaknuti na sustavnu proizvodnju i objavljivanje građe lagane za čitanje. Predviđen je nastavak suradnje

¹⁶ Zakon o autorskom pravu i srodnim pravima [citirano: 2017-06-07]. // Narodne novine 167, 86(2003). Dostupno na http://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2003_10_167_2399.html.

s nakladnicima u izradi građe lagane za čitanje i postupno se na tržištu pojavljuje takva građa izrađena u skladu sa smjernicama knjižničarske struke i pravilima logopedске struke.¹⁷ Pritom je važna edukacija knjižničara za rad s takvom građom i njezinim korisnicima te formiranje knjižničnih zbirki za djecu s teškoćama u čitanju i pisanju, tj. učenju. Navedeno podržava UN-ova Konvencija o pravima osoba s invaliditetom, Standardna pravila UN-a za izjednačavanje mogućnosti za osobe s invaliditetom, UNESCO-ov/IFLA-in Manifest za narodne knjižnice i Manifest za školske knjižnice, Povelja za čitatelja Međunarodne udruge izdavača i Međunarodnog savjeta za knjigu¹⁸ te Nacionalna strategija izjednačavanja mogućnosti za osobe s invaliditetom od 2007. do 2015. godine.¹⁹

Treći specifični cilj uključuje povećanje mreže knjižnica koje provode programe za osobe s teškoćama čitanja i disleksijom te programe za sve osobe koje ne mogu čitati standardni (crni) tisak. Aktivnosti koje knjižnice nude za navedenu skupinu stanovništva imaju za cilj privući te osobe u prostore knjižnice i ostvariti njihovu socijalnu inkluziju te proširiti krug korisnika knjižnica.

Četvrti specifični cilj jest poticanje čitanja u Hrvatskoj za te korisnike i u skladu je s Prijedlogom Nacionalne strategije poticanja čitanja (2015.–2020.) (NSPČ).²⁰ Poticanje čitanja, uz razvijanje i njegovanje čitateljskih navika, jedna je od osnovnih zadaća knjižnica koje nastoje osigurati veću dostupnost knjige, prvenstveno kroz narodne i školske knjižnice. Knjižnice će tijekom Kampanje raditi na poticanju čitanja i čitateljskih navika korisnika s teškoćama u čitanju i pisanju, tj. učenju, kao i na povećavanju dostupnosti knjiga i drugih čitateljskih materijala s osnovnim ciljem razvoja kulture čitanja kod što većeg broja pripadnika zajednice, a osobito osoba koje se iz bilo kojeg razloga ne mogu služiti standardnim (crnim) tiskom.

Peti specifični cilj obuhvaća zagovaranje Kampanje kod donositelja političkih odluka na lokalnoj i nacionalnoj razini. Donositelji političkih odluka u lokalnim zajednicama imaju mogućnost svojim aktivnostima dati javnu potporu i zalagati se za razumijevanje potreba ljudi koji žive u manjim sredinama.

¹⁷ Građa lagana za čitanje (e – izdanja) : katalog zvučnih knjiga u mp3 i daisy formatu i e – knjiga za djecu s disleksijom, slijepe i druge učenike koji ne mogu koristiti standardni (crni) tisak prilagođenih po principima građe lagane za čitanje [citirano: 2017-06-07]. Dostupno na <http://www.zakladacvv.hr/gradalagana-za-citanje/>.

¹⁸ Nomura, Misako; Gyda Skat Nielsen; Bror Tronbacke. Smjernice za građu laganu za čitanje [citirano: 2017-05-10]. Dostupno na [file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/GradaCitanje_Smjernice%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/GradaCitanje_Smjernice%20(1).pdf).

¹⁹ Nacionalna strategija izjednačavanja mogućnosti za osobe s invaliditetom od 2007. do 2015. godine [citirano: 2017-06-07]. // Narodne novine 42, 967(2017). Dostupno na http://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2017_04_42_967.html.

²⁰ Prijedlog Nacionalne strategije poticanja čitanja (2015.-2020.) [citirano: 2017-06-07]. Dostupno na [http://www.min-kulture.hr/userdocsimages/JAVNA%20RASPRAVA/M%20%20C5%A0%20%20PRIJEDLOG%20NSP%C4%8C%20-%20prije%20slanja%20na%20javnu%20raspravu%20-%20kopija%2022%204%202015%20%20\(2\).pdf](http://www.min-kulture.hr/userdocsimages/JAVNA%20RASPRAVA/M%20%20C5%A0%20%20PRIJEDLOG%20NSP%C4%8C%20-%20prije%20slanja%20na%20javnu%20raspravu%20-%20kopija%2022%204%202015%20%20(2).pdf).

2.3 Ciljne skupine

Ciljne su skupine one skupine ljudi prema kojima je Kampanja usmjerena. To su osobe s teškoćama čitanja, osobe s disleksijom, djeca, adolescenti, roditelji, obitelji, logopedi, knjižničari, odgojitelji/učitelji/profesori/, stručni suradnici u predškolskim ustanovama, osnovnom i srednjem školstvu, nastavno osoblje u visokoškolskim ustanovama, zdravstveni djelatnici, socijalni radnici, volonteri, nakladnici, poslodavci, donositelji političkih odluka na lokalnoj i nacionalnoj razini, pravni stručnjaci koji rade na legislativi i sve osobe koje su na bilo koji način zainteresirane za problematiku obuhvaćenu Kampanjom.

Kampanja je zamišljena tako da knjižničari povezuju ciljne skupine stanovništva s logopedima i stručnjacima u odgojno-obrazovnom procesu koji su u neposrednoj vezi s roditeljima. U skladu s međunarodnim Smjernicama za građu laganu za čitanje, nakladnike se potiče na objavljivanje građe lagane za čitanje, a donositelje političkih odluka informira se o Kampanji i potiče na njezinu javnu potporu. Poseban je naglasak Kampanje na suradnji s Državnim zavodom za intelektualno vlasništvo.

2.4 Partneri

Partneri Kampanje su ustanove i udruge koje svojom djelatnošću i misijom mogu ojačati kvalitetu glavnog cilja i specifičnih ciljeva Kampanje i bave se ciljnim skupinama stanovništva. Svojom djelatnošću nadopunjuju se i surađuju s knjižničarima. Od partnera se očekuje stručnost, znanje i pomoć u provedbi Nacionalne kampanje „I ja želim čitati!“, a posebno se pritom ističu Edukacijsko-rehabilitacijski fakultet, Hrvatsko logopedsko društvo, Hrvatska udruga za disleksiju, Ured pravobraniteljice za osobe s invaliditetom, Ured pravobraniteljice za djecu, sve vrste knjižnica, škole, vrtići, nakladnici i mnogi drugi.

Tijekom Kampanje partneri sudjeluju u organizaciji predavanja i radionica te davanju stručnih odgovora na upite koje nam postavljaju pojedinci i ustanove uključene u Kampanju putem Facebook-stranice. Financijska potpora Ministarstva kulture RH i Grada Zagreba iznimno je važan element Kampanje. Bez osiguranih novčanih sredstava ne bismo mogli osigurati održavanje znanstveno-stručnih skupova posvećenih teškoćama čitanja i disleksiji niti raditi na vizualnoj prepoznatljivosti Kampanje i izradi promotivnog materijala (logotip, plakat, straničnik, letak).

2.5 Slogan Kampanje

Slogan treba biti jednostavan, lako pamtljiv, a poruka i vrijednost Kampanje trebaju se jasno iščitavati u sloganu. Nekoliko riječi od kojih je sastavljen slogan opisuje glavni cilj Kampanje i predstavlja namjeru da se zajednički djeluje. Tako je

nastao slogan „I ja želim čitati!“ Zvuči pozitivno te daje informaciju o tome kakvu se Kampanju želi voditi i kako zainteresirati ostale da se pridruže u Kampanji.²¹

3. Aktivnosti u Kampanji

3.1. Izložbe, radionice, predavanja

Komisija za knjižnične usluge za osobe s invaliditetom i osobe s posebnim potrebama izradila je *Kratki vodič kroz izložbe/radionice/predavanja*²² s izborom tema za sudionike Kampanje koji se može dopunjavati novim prijedlozima. Vodič sadrži popis tema koje su ponuđene za održavanje logopedskih predavanja i radionica, a preporuča se za knjižničare i stručno osoblje škola.

Vodič je prosljeđen svim vrstama knjižnica i odgojno-obrazovnim ustanovama s pozivom na suradnju kako bi mogle planirati, organizirati i dobro osmisлити programe tijekom odvijanja Kampanje. Organizatori Kampanje uz pomoć svojih partnera dogovaraju dolazak logopeda i knjižničara u institucije i ustanove koje žele gostovanje stručnjaka koje nemaju u svojoj sredini. Pokazalo se da je u nekim školama povećana potreba za suradnjom s logopedima, a nastavnici i profesori upozoravaju da je zamjetan porast broja djece koja imaju teškoće čitanja i disleksiju.

Izrađena je tablica praćenja uspjeha provedbe Nacionalne kampanje „I ja želim čitati!“ u sedam mjeseci njezina odvijanja (od listopada 2016. do travnja 2017.) kao jedan od pokazatelja uspješnosti provedbe Kampanje (tablica 1). Aktivnosti u Kampanji mjere se i bilježe za svaki mjesec tijekom njezina trajanja. Elementi koji se prate prikazani su u tablici te obuhvaćaju: broj odgojno-obrazovnih ustanova, knjižnica, suorganizatora i partnera koji su se uključili u Kampanju; broj objava o Kampanji na njihovim mrežnim stranicama; broj održanih izložbi, predavanja, radionica, susreta i tribina; broj ustanova koje su iskazale potrebu za gostovanjem logopeda; broj medijskih objava na lokalnoj i nacionalnoj razini.

Tablica 1. praćenje uspjeha provedbe Nacionalne kampanje „I ja želim čitati!“ u sedam mjeseci njezina odvijanja (od listopada 2016. do travnja 2017. godine)

LISTOPAD, 2016.- TRAVANJ, 2017.							
	VRTIĆI	OSN. ŠKOLE	SREDNJE ŠKOLE	KNJIŽNICE	SUORGANIZATORI	PARTNERI	UKUPNO
ukupan broj sudionika	16	78	5	28	2	25	154

²¹ Pavlek, Zvonimir. *Branding : kako izgraditi najbolju marku*. Zagreb : M.E.P. Consult, 2008. Str. 270-280.

²² *Kratki vodič kroz izložbe/radionice/predavanja* [citirano: 2017-06-07]. Dostupno na http://www.hkdrustvo.hr/clanovi/alib/datoteke/file/vodi%C4%8D%20kroz%20izlo%C5%BEbe_predavanja.pdf.

LISTOPAD, 2016.- TRAVANJ, 2017.							
	VRTIĆI	OSN. ŠKOLE	SREDNJE ŠKOLE	KNJIŽNICE	SUORGANIZATORI	PARTNERI	UKUPNO
objava o Kampanji na web stranicama	5	94	1	43	8	6	157
izložbe	4	36	1	14	4	1	60
predavanja	1	37	1	21	4	4	68
radionice	5	40	2	23	5	1	76
susreti/tribine	2	5	0	6	2	2	15
potreba za logopedima	0	27	1	6	2	0	36
medijske objave	3	93	4	77	55	27	259

Osim podataka u tablici, dodatno se bilježe podaci o izboru tema na koje su pojedine škole i vrtići priredili izložbe²³, radionice²⁴, predavanja²⁵, predstavljanja knjiga na temu disleksije²⁶ i predstavljanja knjiga priređenih kao građa lagana za čitanje.²⁷ Bilježe se također imena logopeda koji u okviru Kampanje volonterski educiraju nastavnike i roditelje o različitim temama vezanim uz teškoće čitanja i disleksiju.²⁸

U prvih sedam mjeseci Kampanja se odvijala u Gradu Zagrebu i šesnaest županija (tablica 2). Županije s gradovima, općinama i naseljima u kojima se odvijala Kampanja jesu: Bjelovarsko-bilogorska županija (Bjelovar, Daruvar), Brodsko-posavska županija (Staro Petrovo Selo, Nova Gradiška, Lužani), Istarska županija (Rovinj, Nedešćina, Vrsar), Karlovačka županija (Karlovac, Ogulin, Cetinograd, Krnjak, Slunj, Vojnić, Rakovica), Koprivničko-križevačka županija (Ko-

²³ Ribičić, Grozdana. Komisija za čitanje: Kampanja „I ja želim čitati“ u Splitsko-dalmatinskoj županiji i Gradskoj knjižnici Marka Marulića Split [citirano: 2017-06-07]. // HKD Novosti 73(2017). Dostupno na <http://www.hkdrustvo.hr/hkdnovosti/clanak/1344>.

²⁴ Gašpar, Ida; Danijela Petrić. Provođenje Nacionalne kampanje „I ja želim čitati!“ u Knjižnici i čitaonici „Fran Galović“ Koprivnica [citirano: 2017-06-07]. // HKD Novosti 73(2017). Dostupno na <http://www.hkdrustvo.hr/hkdnovosti/clanak/1343>.

²⁵ Bilić-Prčić, Frano. Disleksija i disgrafija: kako pomoći djeci s poteškoćama u čitanju i pisanju? // HKD Novosti 72(2017). [citirano: 2017-06-07]. Dostupno na <http://www.hkdrustvo.hr/hkdnovosti/clanak/1307>.

²⁶ I ja želim čitati!: predstavljanje dviju knjiga posvećenih teškoćama čitanja [citirano: 2017-06-07]. Dostupno na <http://gkr.hr/Magazin/Najave/I-ja-zelim-citati-predstavljanje-dviju-knjiga-posvecenih-teskocama-citanja>.

²⁷ Građa lagana za čitanje, što je to? [citirano: 2017-06-07]. Dostupno na <http://www.kgz.hr/hr/dogadjanja/gradja-lagana-za-citanje-sto-je-to/38424>.

²⁸ Bartolić, Marija; Vlasta Šolc. Niz aktivnosti u sklopu Nacionalne kampanje “I ja želim čitati!” u Zapešiću [citirano: 2017-06-07]. // HKD Novosti 73(2017). Dostupno na <http://www.hkdrustvo.hr/hkdnovosti/clanak/1345>.

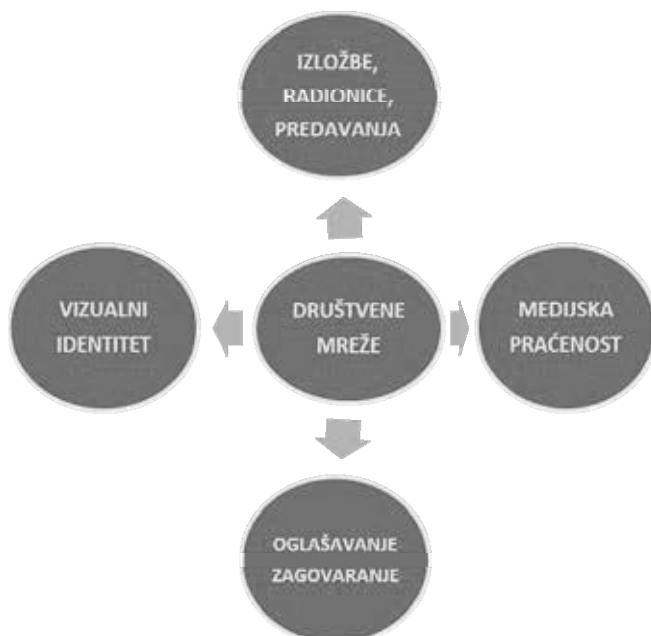
privnica, Križevci, Đelekovec, Đurđevac, Virje, Kalinovac), Krapinsko-zagorska županija (Veliko Trgovišće, Pregrada, Gornja Stubica, Zabok, Zlatar Bistrica, Đurmanec), Međimurska županija (Čakovec, Sveti Marin na Muri, Mursko Središće, Selnica, Donja Dubrava), Osječko-baranjska županija (Čepin, Našice, Đakovo, Đakovački Selci, Strizivojna), Požeško-slavonska županija (Požega), Primorsko-goranska županija (Rijeka, Crikvenica), Sisačko-moslavačka županija (Gora), Splitsko-dalmatinska županija (Split, Zadar, Srijane, Aržano, Čišla, Brač, Trilj, Otok, Solin), Šibensko-kninska županija (Šibenik, Knin, Vodice), Virovitičko-podravska županija (Čačinci, Pitomača, Suhopolje), Vukovarsko-srijemska županija (Vinkovci, Štitar) i Zagrebačka županija (Velika Gorica, Zaprešić, Jastrebarsko, Sveti Ivan Zelina).

Tablica 2. Praćenje uspjeha provedbe Nacionalne kampanje „I ja želim čitati!“ u sedam mjeseci po županijama (šesnaest županija i Grad Zagreb) prema broju sudionika, suorganizatora i aktivnih partnera u Kampanji (od listopada 2016. do travnja 2017. godine)

LISTOPAD, 2016.- TRAVANJ, 2017.						
SUDIONICI PO ŽUPANIJAMA	VRTIĆI	OSN. ŠKOLE	SREDNJE ŠKOLE	KNJIŽNICE	SUORGANIZATORI	PARTNERI
Bjelovarsko-bilogorska		2		2		
Brodsko-posavska		3				
Istarska		3		1		
Karlovačka		5		2		1
Koprivničko-križevačka		4		3		
Krapinsko-zagorska		4	1			
Međimurska		3	1	1		
Osječko-baranjska		6				
Požeško-slavonska		2	1	1		1
Primorsko-goranska		4		1		1
Sisačko-moslavačka		1				

LISTOPAD, 2016.- TRAVANJ, 2017.						
SUDIONICI PO ŽUPANIJAMA	VRTIĆI	OSN. ŠKOLE	SREDNJE ŠKOLE	KNJIŽNICE	SUORGANIZATORI	PARTNERI
Splitsko-dalmatinska	2	15		2		1
Šibensko-kninska	1	2		2		
Virovitičko-podravska		2	1			
Vukovarsko-srijemska		2				
Zagrebačka		2		3		1
Grad Zagreb	13	18	1	10	2	12
Ukupno	16	78	5	28	2	15

Kroz navedene aktivnosti u Kampanji (slika 1) knjižničari i ostalo stručno osoblje u vrtićima, školama i visokoškolskim ustanovama koriste stečeno znanje i kroz praksu zagovaraju Nacionalnu kampanju „I ja želim čitati!“



Slika 1. Aktivnosti u Kampanji

3.2. Komunikacija u Kampanji

3.2.1. Društvene mreže

Popularnost društvenih mreža poput Facebooka, Twittera ili LinkedIna zanimljiva je u suvremenom poslovanju. Društvena mreža Facebook danas se smatra najpopularnijim servisom za socijalizaciju s rastućim brojem korisnika.²⁹

Facebook se pokazao kao odličan alat u povezivanju svih zainteresiranih sudionika u Kampanji. Oni šalju svoje sadržaje (tekstne i slikovne poruke) i zajedničkim se interesima povezuju kroz specifičnu kreativnu komunikaciju. Interakcija sa svim dionicima Kampanje na društvenim mrežama dinamična je i informativna. Facebook je atraktivan medij putem kojeg se na kvalitetan način može ostvariti komunikacija s ciljnim skupinama unutar Kampanje. To je mjesto na kojem sudionici Kampanje komuniciraju u virtualnom prostoru o ostvarenim rezultatima u svojem svakodnevnom poslu. Nacionalna kampanja svoj je osnovni komunikacijski cilj provela kroz društvenu mrežu Facebook koja povezuje različitost sadržaja, autore priloga, kvalitetu priloga te regije iz kojih se sudionici javljaju.

3.2.2 Elektronička pošta

Važan način komuniciranja sa sudionicima u kampanji jest e-pošta. Zahvaljujući elektroničkoj pošti odaslane su informacije o Kampanji uključujući poveznicu na njezinu Facebook-stranicu, a najveći broj sudionika priključio se Kampanji upravo putem Facebooka.

Prije početka Kampanje priređeni su adresari i e-poštom su poslana informacije o njoj, uključujući sliku logotipa, kratke upute kako se uključiti u Kampanju te *Kratki vodič kroz izložbe/predavanja/radionice*. Nastojalo se da poruka bude jasna, čitljiva, vidljiva na cijelom ekranu bez „skrolanja“ i „pomicanja“ teksta. Zainteresirani za daljnju komunikaciju mogu „klikom“ miša doći na Facebook-stranicu i dobiti informacije o Kampanji (kada je započela, koji joj je cilj, komu se obraća, na koji način želi javnost uključiti u problematiku). Jedno od važnih umijeća u pozivanju na akciju jest jasno osmišljen naslov, „predmet“ koji će čitatelja pozvati na otvaranje pošte i njezino čitanje.

Ponavljjanje je važno za svaku Kampanju. Potencijalni sudionici u Kampanji uključit će se u nju u različitim vremenskim okvirima. Stoga su podsjećanje na trajanje Kampanje i načine uključivanja u nju te slanje logotipa u određenim vremenskim razmacima sastavni dio njezina provođenja.

²⁹ Martinović, Maja. Marketing u Hrvatskoj : 55 poslovnih slučajeva. Zagreb : Mate, 2012. Str. 393–399.

3.3 Zagovaranje/oglašavanje/medijska praćenost

Komuniciranje s knjižničarima i ciljnom skupinom predstavlja oblik zagovaračkog procesa Nacionalne kampanje „I ja želim čitati!“³⁰ Organiziranje podrške (*help desk*) za sudionike Kampanje kroz osobne kontakte i slanje odgovora na pitanja pojedincima i ustanovama važan je dio provođenja Kampanje. Knjižničarstvo njeguje komunikaciju kao svoju važnu vještinu u poslovanju s korisnicima. To je dosta složen zahtjev u zagovaračkom dijelu Kampanje jer se komunicira o problemima osoba s teškoćama čitanja i disleksijom kao temi koja je zahtjevna, a javnost je o njoj nedovoljno informirana. U komunikaciji s javnošću i ciljnom skupinom važno je da organizatori i suorganizatori Kampanje ujedine osobine kao što su informativnost, optimističnost, otvorenost, strpljenje i savjesnost u svrhu zagovaranja Kampanje.

Usmena predaja također je jedan od oblika prenošenja informacija o Kampanji „I ja želim čitati!“ Kvalitetna informacija, dobivena od osobe u koju imamo povjerenja i čije mišljenje cijenimo, uvijek je dobra preporuka. Takav slijed slanja informacija također koristimo u zagovaranju.³¹

Tijekom 2016. godine zagovaralo se Kampanju „I ja želim čitati!“ na 13. okruglom stolu za knjižnične usluge za osobe s invaliditetom i osobe s posebnim potrebama „Imate li poteškoća u čitanju? Dobro došli u knjižnicu!“ i 41. Skupštini HKD-a u Primoštenu u okviru radionice „Budimo aktivni – zagovarajmo zajedno“. Nacionalna kampanja predstavljena je na sajmu knjiga Interliber na Zagrebačkom velesajmu 9. studenoga 2016. godine u 6. paviljonu, u Znanstvenom kvartu, u sklopu događanja koja se organiziraju u Mjesecu hrvatske knjige 2016.³² te na znanstveno-stručnom skupu u Koprivnici „Socijalno inkluzivne knjižnične usluge“, održanom 18. studenog 2016. Objavljuju se članci u glasilima HKD Novosti, Novi uvez (ZKD) i Zrno (HKDPD) te časopisu Svezak. Suraduje se s nacionalnim i lokalnim medijskim kućama, Večernjim listom, Culturenetom, InPortalom, časopisom Kvaka, H-alterom, e-Podravinom, e-Banovinom, Hrvatskim radijem, HRT-om (emisija „Dobro jutro, Hrvatska“)³³, Televizijom Z1, TV Jabukom i Hrvatskim katoličkim radijem. Mediji prenose ciljeve naše Kampanje kao poruke do ciljnih skupina i cjelokupne javnosti.

³⁰ Herceg Mićanović, Arijana. Knjižnice i njihova uloga u Kampanji „I ja želim čitati!“ [citirano: 2017-06-07]. // HKD Novosti 72(2017). Dostupno na <http://www.hkdrustvo.hr/hkdnovosti/clanak/1321>.

³¹ Levinson, Jay Conrad. Gerilski marketing. Zagreb : Algoritam, 2008. Str. 281-309, 329-348.

³² Predstavljena nacionalna kampanja za osobe s teškoćama čitanja i disleksijom „I ja želim čitati“ [citirano: 2017-06-07]. Dostupno na <http://www.nsk.hr/predstavljena-nacionalna-kampanja-za-osobe-s-teskocama-citanja-i-disleksijom-i-ja-zelim-citati/>.

³³ Hlapić prilagođen učenicima s disleksijom [citirano: 2017-06-07]. // HRT Magazin. 04.10.2016. Dostupno na <http://magazin.hrt.hr/354760/hlapić-prilagođen-učenicima-s-disleksijom>.

Virtualni prostor na kojem je oglašena Nacionalna kampanja „I ja želim čitati!“ osigurale su brojne osnovne škole koje sudjeluju u Kampanji na svojim mrežnim stranicama. Organizator Kampanje Hrvatsko knjižničarsko društvo, osim na mrežnim stranicama Društva, daje informacije o Kampanji i na Facebook-stranici. Suorganizatori i partneri objavljuju na mrežnim stranicama informacije o Kampanji i prate događanja u njezinim okvirima.

Kampanja ima i svoje volontere. Najveći dio volontera čine knjižničari u Hrvatskoj koji svojom snagom, inovativnošću i profesionalnošću pridonose kvaliteti i uspjehu Kampanje.

3.4 Vizualni identitet

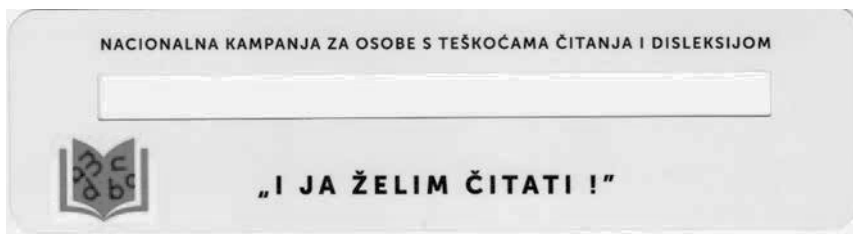
Vizualni identitet Kampanje predstavlja likovno i grafičko rješenje za logotip, straničnik, plakat i letak Kampanje. Logotip je prepoznatljiv i nosi osnovnu poruku Kampanje: slika knjige i okrenuta slova koja osobe s disleksijom teško razlikuju i čitaju: b-d, m-n, a-o. Boja logotipa je jaka ružičasta (magenta) i odabrana je u skladu s bojom korica *Smjernica za knjižnične službe i usluge za osobe s disleksijom* (Zagreb : HKD, 2004.) te predstavlja boju koju osobe s teškoćama čitanja i disleksijom lako uočavaju (slika 2). Logotip sadrži vizualnu metaforu i snažan je alat koji se ističe i lako primjećuje.



Slika 2. Logo Kampanje

Dodatni je vizualni element straničnik Kampanje. Popularni naziv za korištenje preuzeli smo pod imenom “čitač skitač”. Jedna strana ima naziv Kampanje i logotip, a druga strana straničnika nema slova i oznaka, tako da je pogodna za neometano praćenje teksta u izrezanom dijelu “čitača”. U tom prostoru osobe koje imaju teškoće s čitanjem prate jedan red teksta koji čitaju, a preostali tekst ne ometa ih u koncentraciji. Osobe koje imaju disleksiju koriste se i ravnalom kao nezaobilaznom pomoći u čitanju, a straničnik (s izrezanom prazninom za praćenje

teksta) predstavlja zamjenu za ravnalo (slika 3). Njegova je upotreba korisna i partneri u Kampanji ističu da lako pronalazi put do onih za koje je osmišljen.



Slika 3. Straničnik Kampanje (čitač skitač)

Plakat Kampanje veličine je 48x68 cm i prati ideju logotipa. Na plakatu se ponavljaju slova s logotipa, obrisi knjige i naziv Kampanje. Dodane su informacije o tome tko je organizator (logotip HKD-a) i tko su suorganizatori (logotip NSK-a i KGZ-a) (slika 4). Plakati se distribuiraju partnerima i tako dolaze do ciljnih skupina te osnažuju komunikaciju između organizatora Kampanje i ciljne skupine stanovništva. Komunikacija putem plakata zove na akciju. Ključna poruka Kampanje nalazi se na plakatu i logotipu, s istim oblikom slova, tako da je znak lako prepoznatljiv. Ljudi pored plakata prolaze brzo, pa stoga na njima ne smije biti suviše teksta, a slikovna poruka treba biti jasna i nedvosmislena.



Slika 4. Plakat Kampanje

Detaljnije informacije kojima je plakat samo podsjetnik tiskaju se na letcima. U izradi letka slijedilo se osnovne poruke Kampanje kako bi ciljne skupine mogle u sažetom i jednostavnom tekstu razumjeti i prihvatiti njezin cilj. Letak sadrži informacije o tome tko su osobe s teškoćama čitanja i disleksijom, zašto je Kampanja pokrenuta, komu ona može pomoći, gdje se može naći pomoć i kako se pridružiti Kampanji. Letak je priređen u standardnom formatu A4 s dva savijanja, a na slici se može vidjeti kako se letak slaže i kako izgleda u funkciji (slika 5).



Slika 5. Letak Kampanje

4. Održivost

Održivost je element koji se treba predvidjeti u svakoj Kampanji. Primarni zadatak održivosti jest da programi koje smo aktivirali u sklopu Kampanje postanu svakodnevna praksa u odgojno-obrazovnim ustanovama (vrtićima, školama, visokoškolskim ustanovama) i knjižnicama. Programi za djecu i osobe s teškoćama čitanja i disleksijom trebali bi biti kontinuirani, a ne prigodni. Zato treba uspostaviti redovitu suradnju logopeda i knjižničara kao glavnih pokretača, posrednika i organizatora inkluzije osoba s teškoćama čitanja i disleksijom u društvenu zajednicu.

Cilj knjižničara u Kampanji jest da te osobe, koje uglavnom ne vole čitati (jer im čitanje predstavlja znatno veći napor nego ostatku populacije), postanu stalni korisnici knjižnica. Preduvjet za to jest da knjižnice postupno podignu razinu usluge za sve svoje korisnike (djecu, mlade, odrasle, studente i članove akademske zajednice) koji se ne mogu služiti standardnim (crnim) tiskom tako da obogate police s knjigama i literaturom laganom za čitanje, tj. nabavljaju veći broj knjiga s uvećanim fontom i jezično i grafički prilagođenim tekstom te kontinuirano rade na educiranju i informiranju javnosti o potrebama te skupine ljudi.

LITERATURA:

- Bartolić, Marija; Vlasta Šolc. Niz aktivnosti u sklopu Nacionalne kampanje "I ja želim čitati!" u Zaprešiću [citirano: 2017-06-07]. // HKD Novosti 73(2017). Dostupno na <http://www.hkdrustvo.hr/hkdnovosti/clanak/1345>
- Bilić-Prčić, Frano. Disleksija i disgrafija: kako pomoći djeci s poteškoćama u čitanju i pisanju? // HKD Novosti 72(2017). [citirano: 2017-06-07]. Dostupno na <http://www.hkdrustvo.hr/hkdnovosti/clanak/1307>
- Bilten HUD-a 15, 30(2012) [citirano: 2016-12-19]. Dostupno na <http://hud.hr/wp-content/uploads/sites/168/2014/11/bilten30.pdf>
- Buljubašić-Kuzmanović, Vesna; Maja Kelić. Ocjenjivanje djece s teškoćama u čitanju i pisanju : vrednujemo li znanja ili sposobnosti? // Život i škola 58, 28(2/2012), 45–62.
- Cutlip, Scott M.; Allen H. Center; Glen M. Broom. Odnosi s javnošću. Zagreb : Mate, 2003.
- Dyslexia in Australia [citirano: 2017-06-02]. // Australian Dyslexia Association. Dostupno na <http://dyslexiaassociation.org.au/index.php?page=what-is-dyslexia>
- Dyslexia international: better training, better teaching [citirano: 2017-06-02]. Dostupno na <http://www.dyslexia-international.org/wp-content/uploads/2014/10/DIReport-final-4-29-14.pdf>
- Dyslexia statistics and myth busting, inspirational, fun facts [citirano: 2017-06-02]. Dostupno na <http://www.dyslexia-reading-well.com/dyslexia-statistics.html>
- Gabriel, Dunja M.; Miščin, Željka. I ja želim čitati: nacionalna kampanja za osobe s teškoćama čitanja i disleksijom [citirano: 2017-06-07]. // HKD Novosti 71(2016). Dostupno na <http://www.hkdrustvo.hr/hkdnovosti/clanak/1280>
- Gašpar, Ida; Danijela Petrić. Provođenje Nacionalne kampanje „I ja želim čitati!“ u Knjižnici i čitaonici „Fran Galović“ Koprivnica [citirano: 2017-06-07]. // HKD Novosti 73(2017). Dostupno na <http://www.hkdrustvo.hr/hkdnovosti/clanak/1343>

- Građa lagana za čitanje, što je to? [citirano: 2017-06-07]. Dostupno na <http://www.kgz.hr/hr/dogadjanja/gradja-lagana-za-citanje-sto-je-to/38424>
- Građa lagana za čitanje (e – izdanja) : katalog zvučnih knjiga u mp3 i daisy formatu i e-knjiga za djecu s disleksijom, slijepe i druge učenike koji ne mogu koristiti standardni (crni) tisak prilagođenih po principima građe lagane za čitanje [citirano: 2017-06-07]. Dostupno na <http://www.zakladacvv.hr/gradja-lagana-za-citanje/>
- Herceg Mićanović, Arijana. Knjižnice i njihova uloga u Kampanji “I ja želim čitati!” [citirano: 2017-06-07]. // HKD Novosti 72(2017). Dostupno na <http://www.hkdruštvo.hr/hkdnovosti/clanak/1321>
- Hlapić prilagođen učenicima s disleksijom [citirano: 2017-06-07]. // HRT Magazin. 4.10.2016. Dostupno na <http://magazin.hrt.hr/354760/hlapić-prilagođen-učenicima-s-disleksijom>
- I ja želim čitati!: nacionalna kampanja za osobe s teškoćama čitanja i disleksijom [citirano: 2017-06-02]. Dostupno na http://www.hkdruštvo.hr/hr/obavijesti/lista_novosti/0/a2FtcGFuamE=?session_id=vd919n9392m02loi3014ps8bb3
- IFLA Guidelines for library services to persons with dyslexia - revised and extended. IFLA, 2014. [citirano: 2016-12-19]. Dostupno na http://www.ifla.org/files/assets/lisn/publications/guidelines-for-library-services-to-persons-with-dyslexia_2014.pdf
- I ja želim čitati!: predstavljanje dviju knjiga posvećenih teškoćama čitanja [citirano: 2017-06-07]. Dostupno na <http://gkr.hr/Magazin/Najave/I-ja-zelim-citati-predstavljanje-dviju-knjiga-posvecenih-teskocama-citanja>
- Kratki vodič kroz izložbe/radionice/predavanja [citirano: 2017-06-07]. Dostupno na http://www.hkdruštvo.hr/clanovi/alib/datoteke/file/vodi%C4%8D%20kroz%20izlo%C5%BEbe_predavanja.pdf
- Levinson, Jay Conrad. Gerilski marketing. Zagreb : Algoritam, 2008.
- Martinović, Maja. Marketing u Hrvatskoj : 55 poslovnih slučajeva. Zagreb : Mate, 2012.
- Nacionalna strategija izjednačavanja mogućnosti za osobe s invaliditetom od 2007. do 2015. godine [citirano: 2017-06-07]. // Narodne novine 42, 967(2017). Dostupno na http://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2017_04_42_967.html
- Nielsen, Gyda Skat; Birgitta Irval. Smjernice za knjižnične službe i usluge za osobe s disleksijom. Zagreb : Hrvatsko knjižničarsko društvo, 2004.
- Nomura, Misako; Gyda Skat Nielsen; Bror Tronbacke. Smjernice za građu laganu za čitanje [citirano: 2017-05-10]. Dostupno na [file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/GradaCitanje_Smjernice%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/GradaCitanje_Smjernice%20(1).pdf)
- Panella, Nancy Mary. Pojmovnik stručnih izraza i definicija Sekcije za knjižnične usluge za osobe s posebnim potrebama [citirano: 2016-12-19]. Dostupno na [file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/2013-Pojmovnik-osobe_s_osebim_potrebama%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Korisnik/Downloads/2013-Pojmovnik-osobe_s_osebim_potrebama%20(1).pdf)

Pavlek, Zvonimir. Branding : kako izgraditi najbolju marku. Zagreb : M.E.P. Consult, 2008.

Predstavljena nacionalna kampanja za osobe s teškoćama čitanja i disleksijom „I ja želim čitati“ [citirano: 2017-06-07]. Dostupno na <http://www.nsk.hr/predstavljena-nacionalna-kampanja-za-osobe-s-teskocama-citanja-i-disleksijom-i-ja-zelim-citati/>

Prijedlog Nacionalne strategije poticanja čitanja (2015.-2020.) [citirano: 2017-06-07]. Dostupno na [http://www.min-kulture.hr/userdocsimages/JAVNA%20RASPRAVA/M%20%C5%A0%20PRIJEDLOG%20NSP%C4%8C%20-%20prije%20slanja%20na%20javnu%20raspravu%20-%20kopija%2022%204%202015%20%20\(2\).pdf](http://www.min-kulture.hr/userdocsimages/JAVNA%20RASPRAVA/M%20%C5%A0%20PRIJEDLOG%20NSP%C4%8C%20-%20prije%20slanja%20na%20javnu%20raspravu%20-%20kopija%2022%204%202015%20%20(2).pdf)

Ribičić, Grozdana. Komisija za čitanje: Kampanja „I ja želim čitati“ u Splitsko-dalmatinskoj županiji i Gradskoj knjižnici Marka Marulića Split [citirano: 2017-06-07]. // HKD Novosti 73(2017). Dostupno na <http://www.hkdrustvo.hr/hkdnovosti/clanak/1344>

Smjernice za izjednačavanje mogućnosti studiranja osoba s disleksijom [citirano: 2017-06-07]. Dostupno na http://www.unizg.hr/uredssi/images/datoteke/smjernice_disleksija.pdf

Stanovništvo prema starosti i spolu po naseljima, popis 2011. [citirano: 2017-06-07]. Dostupno na http://www.dzs.hr/Hrv/censuses/census2011/results/htm/H01_01_01/H01_01_01.html

Stanovništvo s teškoćama u obavljanju svakodnevnih aktivnosti prema vrsti teškoća, starosti i spolu, popis 2011. [citirano: 2017-06-07]. Dostupno na http://www.dzs.hr/Hrv/censuses/census2011/results/htm/H01_01_22/H01_01_22_RH.html

Statistics on dyslexia [citirano: 2017-06-02]. // Dyslexia Center of Utah. Dostupno na <http://dyslexiacenterofutah.org/dyslexia/statistics/>

Zakon o autorskom pravu i srodnim pravima [citirano: 2017-06-07]. // Narodne novine 167, 86(2003). Dostupno na http://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2003_10_167_2399.html