

Poticanje čitanja i razvijanje čitatelja

Marina Gabelica, Dubravka Težak. 2019. *Kreativni pristup lektiri*. Zagreb: Učiteljski fakultet Sveučilišta u Zagrebu. 396 str. ISBN 978-953-8115-02-8.

Helena Horžić

Suvremeni životni tempo donosi strah da bismo mogli zaboraviti na čitanje knjiga iz užitka. Brzina obrade milijuna informacija koje primamo sa zaslona, nepregledna internetska prostranstva i mnoge društvene mreže koje fokus stavljaju na fotografiju i video već i nama odraslima zadaju probleme samokontrole besciljnoga „surfanja“, a zastrašujuće je što mogu učiniti djeci. Iz potrebe za interaktivnošću, produblivanjem pročitanaoga, kreiranjem zanimljivih lektirnih sati zbog kojih će učenici upamtiti što su čitali i najvažnije, vratiti se knjizi u budućnosti, nastala je knjiga koja će pomoći i pomaže učiteljima i učiteljicama u osmišljavanju „obrade“, učenicima tako omražene, lektire.

Knjiga *Kreativni pristup lektiri*, autorica prof. dr. sc. Dubravke Težak i doc. dr. sc. Marine Gabelica, plod je dugogodišnjega rada s učiteljima i studentima koja bi trebala približiti mlade naraštaje knjizi i čitanju. Uz uvod i zaključak, knjiga se sastoji od pet poglavlja u kojima se donose usporedbe lektirnih djela nekoć i danas, suvremena istraživanja i promišljanja o čitateljskoj kulturi i poticanju čitanja u Hrvatskoj, ideje za kreativni pristup lektiri, organizaciju lektirnih sati te popis i objašnjenja dodatnih kreativnih ideja. Na kraju se nalazi popis literature, pregledni popis ideja za kreativni pristup lektiri koji olakšava snalaženje u knjizi, biografske bilješke te zahvala.

U uvodu autorice navode predrasude prema lektiri koju učenici i učitelji smatraju nečime „što se mora ocijeniti“ (13), pri čem se lektira ogoljuje na formu i sadržaj, a zanemaruje se umjetnički potencijal književnoga djela i njegov utjecaj na unutarnji svijet učenika. Osim toga, produbljuju značenje riječi lektira kao neraskidivoga spoja čitanja knjiga, razgovora o knjigama te nadahnuća za vlastito istraživanje i stvaranje u različitim medijima. Navode da je cilj književnosti, koji je cilj i svake umjetnosti, oplemeniti čovjeka, proširiti mu vidike, pogled na svijet i samoga sebe.

Prvo poglavlje „Lektira – nekoć i danas“ problematizira današnju lektiru, kriterije izbora lektirnih djela, a dodan je i prilog o promišljanju o lektiri. Autorice pišu o povijesti „lektire kao izbor[a] djela namijenjenih djeci za čitanje“ (16) od prve pojave u doba prosvjetiteljstva preko nastavnih planova i programa u Hrvatskoj koji lektiru uvode 1944. godine i predstavljaju je kao široko shvaćeni popis koji se mijenja pod utjecajem društvenih i političkih prilika, do dugogodišnje prisutnosti književnih imena koja su se održala do današnjega dana. Navode i obrazlažu razloge zbog kojih učenici i učitelji imaju negativan stav prema lektiri, a koji su tipični za različite države te nisu svojstveni samo za Hrvatsku. Razlozi koji pobuđuju negativne emocije vezane uz lektiru mogu se svesti na obveznost lektirnih popisa, broj obveznih djela, opseg knjiga i broj lektirnih sati, tematsku i žanrovsku neraznolikost djela, zamorno pisanje i vrjednovanje lektirnih dnevnika i lektire te monotone metodičke pristupe lektiri u sklopu nastave književnosti. Zaključuju kako istraživanja dokazuju da „učenici mišljenje o knjigama često stječu upravno na satima lektire, te višom ocjenom ocjenjuju ona djela koja su obrađena na ‘malo drugačiji način’“ (45). Autorice

smatraju da bi popisi lektirnih djela trebali „biti mnogo fleksibilniji“ (49) te navode kriterije izbora lektirnih djela o kojima bi trebalo dodatno razmisliti: kriterij književnoumjetničke vrijednosti nekoga djela, kriterij prilagodbe pristupa književnomu djelu prema doživljajno-spoznajnim mogućnostima učenika, kriterij povezanosti sa školskim programom, kriterij raznolikosti u odnosu na teme i žanrove, kriterij učeničkoga ukusa te kriterij dostupnosti knjiga. Konačno, autorice smatraju „da nije toliko problem u samom izboru naslova koji će biti ponuđeni učenicima, koliko u načinu ‘obrade’ lektire“ (57), što ih je i nadahnulo na pokretanje kolegija Kreativni pristup lektiri na Učiteljskom fakultetu u Zagrebu i pisanje knjige *Kreativni pristup lektiri*.

U drugom poglavlju, „Istraživanja i promišljanja o čitateljskoj kulturi i poticanju čitanja“, govori se o Nacionalnoj strategiji poticanja čitanja koja je započela 2017. godine te o rezultatima „istraživanja čitalačke pismenosti petnaestogodišnjaka PISA (Programme for International Student Assessment) u kojem je Hrvatska sudjelovala u četiri ciklusa“ (64) te istraživanju PIRLS (Progress in International Reading Literacy Study) provedenom 2011. godine, koje je procjenjivalo čitalačku pismenost desetogodišnjaka. Autorice su opisale i nekoliko projekata poticanja čitanja koji se ostvaruju na nacionalnoj razini kao što su Mjesec hrvatske knjige, Nacionalni kviz za poticanje čitanja, Svjetski dan knjige i autorskih prava, Dan hrvatske knjige, Noć knjige, Ruksak pun knjige, Čitamo mi, u obitelji svi, Čitajmo zajedno – čitajmo naglas: zaboravljene knjige, Čitaj mi! i Tulum s(l)ova. Nadalje, opisuju rezultate vlastitoga istraživanja o analizi udžbenika i čitanki za Hrvatski jezik „na razini njihova sadržaja, kriterija u izboru tekstova te metodičkog instrumentarija“ (71) te istraživanje čitateljskih navika zagrebačkih učenika i učitelja provedeno 2014. godine u kojem se istraživao učenički odnos prema digitalnim medijima, čitalačke navike učenika, odnos učenika prema lektiri i satima lektire te mišljenje o promjeni pristupa lektiri na lektirnim satima. Osim toga, opisuju i analiziraju rezultate istraživanja provedenoga 2008. godine u jednoj zagrebačkoj osnovnoj školi o uspješnosti nastavnih sati lektire kojim se je provjeravalo znanje o sadržaju lektirnih djela koja su učenici čitali u prethodnom razredu.

Na početku trećega poglavlja, „Kreativni pristup lektiri“, iznose se definicije kreativnosti te u nastavku izlažu i opisuju temeljne premise „koje objašnjavaju pristup književnome djelu i lektirnim satima“ (133). Autorice pristupaju književnosti kao umjetnosti riječi kroz istoimeno načelo, zatim govore o žanrovskom pristupu obradi književnoga djela, načelu imerzije ili uživljenosti učenika u književno djelo, važnosti intrinzične motivacije za čitanje kroz načelo znatiželje, konceptualizacije, integracije i korelacije te čitanja kao interaktivnoga iskustva kroz načelo praktične pismenosti i interaktivnost.

U četvrtom poglavlju, „Organizacija lektirnih sati“, autorice detaljno opisuju motivaciju za čitanje, motivaciju za čitanje određenoga djela, motivaciju tijekom čitanja i motivaciju nakon čitanja kao četiri temeljne motivacije. Prije pronalaska same motivacije za čitanje ističu važnost razgovora i rasprave s učenicima o smislu čitanja te stvaranju čitalačkoga kruga kao „niz[a] veza među različitim dijelovima mozga“ (170), sinergijskom djelovanju mozga za vrijeme čitanja i mozgu kao svijetu slika i kreativnosti uz prijedloge različitih konkretnih vježbi za provedbu s učenicima. Autorice osobito naglašavaju važnost interaktivnosti lektirnoga popisa koji bi trebao biti „dobro osmišljen i uređen sustav građen prema načelima unutarpredmetne i međupredmetne korelacije“ (178) kroz međusobno povezivanje lektirnih naslova, lektirnih naslova s nastavnim temama te novim i digitalnim medijima. Isto tako,

veliku važnost pridaju knjizi kao integralnom dijelu svakodnevice uz postavljanje pozitivnih primjera učenicima, školskom knjižnicom kao ključnim mjestom škole, organizacijom čitateljskoga kutića u učionici kao dijela razredne knjižnice te učeničkih recenzija pročitanih knjiga. Osobit naglasak stavljaju na praćenje čitateljskoga napretka putem karate pojaseva, straničnika za praćenje napretka, tornja knjiga, brbljavoga panoa ili ljestvica čitateljskoga napretka za roditelje. Za motivaciju prije čitanja lektirnoga djela predlažu i objašnjavaju više konkretnih ideja kao što su preporuke knjiga, predviđanje potaknuto naslovnicom knjige, ilustracijama ili motivima iz knjige, pisanje pisma učenicima, šifriranim porukama i pismima, zadavanjem tajnovitih poruka, lovu na knjige, i tako dalje. Autorice smatraju da je jednako važno zadržati motivaciju tijekom čitanja lektirnoga djela i pomoći učenicima u razumijevanju djela pomoću učiteljeva čitanja i pripovijedanja lektire, čitanja u nastavcima, upotrebom metode „cliffhanger“, praćenjem napretka, čitateljskim fokusom, bilježenjem tijekom čitanja, čitanjem u dogovoreno vrijeme, motiviranjem slabijih čitatelja te uputama za učenike uz primjere različitih vježbi. Motivacija učenika ključna je pretpostavka za nastavak čitanja drugih knjiga, čemu mogu doprinijeti različite tehnike motivacije učenika nakon čitanja lektirnoga djela od kojih su neki, na primjer, povezivanje knjige sa životima i iskustvima, traganje za novom knjigom istoga autora ili slične tematike, zapisivanje mudrosti, citata i likova iz knjiga, pisanje pisama ili intervjui s autorima, izrada različitih predmeta s naslikanim najdražim likovima iz pročitana djela, razredne svečanosti u čast knjige i slično.

Autorice naglašavaju važnost izbora prikladnoga metodičkoga sustava koji ovisi o samom lektirnom djelu te predlažu organizaciju kreativnoga sata lektire kroz uvod sa zajedničkim radom, središnjom etapom koja uključuje samostalni rad i istraživanje te završnom etapom u kojoj ponovno postoji interakcija među svim učenicima. Osobitu važnost daju interpretaciji djela koja ne treba biti samo razgovor i odgovaranje na učiteljeva pitanja, već predlažu organizaciju različitih centara na satu lektire. Na primjer, u centru za rad na književnom djelu učenici se mogu posvetiti istraživanju priče, likova, unutarnje strukture djela/žanra, jezika djela ili se dramski izražavati. U centru za razvoj praktične pismenosti učenici mogu igrati igre, graditi vlastitim rukama, razvijati različite osjete, izvoditi pokuse i slično. Integracijski i korelacijski centar, kao što samo ime kaže, splet je mogućnosti likovnoga, glazbenoga, matematičkoga, tjelesnoga i literarnoga izražavanja. Ključna je i pripremljenost učitelja za lektirni sat pa stoga autorice predlažu „lektirni ‘šalabahter’“ (228) pri čijem osmišljavanju učiteljima mogu pomoći koncepti na koje treba obratiti pozornost, poput jedinstvenosti djela, žanra djela, ključnih pojmova, jezične djelatnosti, praktične pismenosti, interaktivnosti i znatiželje, praktične izvedbe u razredu i odlučivanja o načinu praćenja i ocjenjivanja učeničkoga rada.

U posljednjem, petom, poglavlju, „Kreativne ideje“, autorice predstavljaju i opisuju različite kreativne ideje za osmišljavanje zanimljiva sata lektire koje svaki učitelj može preoblikovati i doradivati ovisno o konkretnom književnom djelu, učeničkoj dobi i njihovu predznanju (242), a dijele ih na prijedloge aktivnosti i vježbe uz čitanje, pripovijedanje, kreiranje interaktivnih lektirnih bilježnica, aktivnosti za istraživanje priče, aktivnosti za istraživanje jezičnih djelatnosti i stvaralačke aktivnosti.

Zaključno, možemo reći da krajnji cilj procesa nije samo zanimljiv i poticajan lektirni sat, nego razvijanje pozitivnih stavova prema čitanju i stvaranje ljubitelja knjiga. Nadalje,

Kreativni pristup lektiri služi kao polazišna točka sveobuhvatna pristupa lektirnomu djelu i udaljavanju od gotovih metodičkih priprema, ali predstavlja i poticaj metodičarima, učiteljima, knjižničarima, roditeljima i drugima koji se bave razvijanjem pozitivnih stavova prema knjizi i književnosti, na upotrebu predstavljenih koncepata i ideja uz neograničene mogućnosti prilagodbe određenomu lektirnomu djelu i čitateljskoj publici.

Kako pomoći hrvatskoj knjizi?

Leonardo Blažević. 2016. *Moć marketinga u knjižnom nakladništvu*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk. 294 str. ISBN: 978-953-222-754-3.

Stela Beljak

Suvremeni čovjek teško se može oduprijeti utjecaju marketinga u svim vidovima života. Odluke kao što su izbor hrane, pića, radnoga mjesta, slobodnih aktivnosti, osobnoga automobila, mjesta stanovanja, partnera, studija i knjiga koje će pojedinac pročitati donesene su na temelju marketinških informacija. Leonardo Blažević u knjizi *Moć marketinga u knjižnom nakladništvu* govori o utjecaju marketinga na knjižno nakladništvo u Republici Hrvatskoj, a sama je knjiga prikaz istraživanja koje autor opisuje ovako: „U pionirskoj eksperimentalnoj studiji nastojao se spoznati marketinški segment hrvatskog knjižnog nakladništva, ključan za stvaranje i širenje nakladničkih proizvoda, i to istražujući načine oblikovanja marketinške strategije i provedbe marketinških aktivnosti, te zaključiti što nakladnici mogu učiniti žele li poboljšati poslovne rezultate“ (11). Važnost knjige ogleda se u tome što daje konkretna rješenja za bolje poslovanje knjižnoga nakladništva, nudi prijedlog poslovnoga plana i obuhvaća sve faze nakladničkoga poslovanja.

Knjiga je podijeljena u tri dijela. U prvom dijelu autor objašnjava teorijsko polazište, a osnovni pojmovi su marketing i marketinška funkcija. Prema autoru, organizacija marketinga rezultat je pomnoga planiranja te primjene različitih alata i tehnika, a uspješan marketing omogućava razvijanje i izdavanje izvrsnih proizvoda, potiče potražnju i razmjenu i zadovoljava potrebe tržišta. Osim uvoda, prvi dio knjige sadrži i poglavlje naslovljeno „Nekoliko pojmova u malo povijesti“, u kojem autor donosi povijesni prikaz razvoja knjige od pisanja na papirusu u Egiptu preko tiskarskoga stroja Johannesena Gutenberga pa sve do današnjih dana.

U drugom dijelu knjige autor prikazuje metodološki okvir studije i vrlo detaljno opisuje marketinške varijable u knjižnom nakladništvu, a svaka od tih varijabla čini zasebno poglavlje knjige. Unutar tih poglavlja autor detaljno razrađuje svaku varijablu tako da prvo predstavlja teorijski okvir, zatim rezultate istraživanja, a svako poglavlje zaključuje vlastitom kritikom i prijedlogom za poboljšanje. Poglavlja u drugom dijelu su: „Metodologija istraživanja“ i „Marketing u knjižnom nakladništvu“. Marketinško istraživanje ograničeno je zbog svoje širine i teško je obuhvatiti sve varijable, no autor u knjizi naglašava važnost izrade strateškoga, izdavačkoga i promidžbenoga plana u knjižnom nakladništvu i primjećuje kako u Hrvatskoj nakladnici već u početku čine pogrešku ne provodeći istraživanje. Neke od varijabla koje autor izdvaja su izgled knjige, cijena, oglašavanje, e-marketing te distribucija knjige na tržište.

Posljednji dio knjige podijeljen je na dva poglavlja. U poglavlju „E-knjiga (U Hrvatskoj? Moš mislit!)“ autor kritizira pojam elektroničke knjige (e-knjige) govoreći da je to rukopis u elektroničkom formatu, citirajući pritom Raya Bradburyja: „Još uvijek volim knjige. Ono što se pojavljuje na zaslonima ne može se usporediti s knjigom. Sve što ti zaslon može ponuditi je rukopis. Ljudi ne žele čitati rukopise, žele čitati knjige. Knjige mirišu lijepo, izgledaju lijepo“ (195). Autor u tom poglavlju ističe da u Hrvatskoj ne postoji prodaja elektroničkih knjiga zbog toga što su knjige u elektroničkom obliku dostupne bez naknade kako bi se ljude potaknulo na čitanje. U drugom poglavlju trećega dijela, „Organizacija informacija kao marketinški alat u nakladništvu“, Blažević opisuje semantički *web* i teorijski model FRBR (engl. Functional Requirements for Bibliographic Records) te navodi prednosti koje nakladnici mogu koristiti u marketinškim uvjetima. U trećem poglavlju trećega dijela „Model upravljanja marketingom u knjižnom nakladništvu“ autor dolazi do zaključka kako većina nakladnika ne organizira svoje poslovanje tako da uzima u obzir provjerene teorije na strateškim i taktičkim razinama. Nadalje, istraživanje je pokazalo da većina nakladnika ne pristupa većini varijabla važnih za provođenje taktičkih marketinških aktivnosti uzimajući u obzir suvremena marketinška kretanja.

Na kraju knjige nalazi se upitnik s 39 pitanja kojima se ispituje oblikovanje marketinške strategije i provođenje marketinških aktivnosti u hrvatskom knjižnom nakladništvu. Tim upitnikom uvelike se može pomoći nakladnicima kako bi kritički vrjednovali svoje poslovanje. Prema riječima dr. sc. Franje Pehara, ova knjiga objektivno upućuje na slabe točke nakladništva u Hrvatskoj, a autor daje sveobuhvatnu matricu pomoću koje se mogu postići zadovoljavajući kulturološki i tržišni rezultati djelovanja nakladnika.