

Tehnologiile informaționale utilizate în promovarea cărții și lecturii – imbold în formarea cititorului creativ



Ecaterina DMITRIC

Rezumat:

Articolul abordează lectura din perspectiva evoluției tehnologiilor informaționale și diversificarea metodelor de lectură în era digitală. Se pune accentul pe lectură în dezvoltarea creativității personalității, dar și pe oportunitățile oferite de tehnologiile informaționale prin care se promovează cartea și lectura. Un alt aspect abordat se evidențiază prin rolul bibliotecilor în promovarea cărții și lecturii, dezvoltarea comunităților deschise spre colaborare și implicare, prin oferirea serviciilor inovatoare bazate pe tehnologii, carte și lectură.

Cuvinte-cheie:

lectură, carte, tehnologii informaționale, creativitate.

Lectura este un proces intelectual care oferă acces la cunoaștere, dezvoltare, formare permanentă și asigură o destindere benefică pentru suflet.

Prin aspectele cognitive, educative și formative lectura devine un mecanism esențial care pune în mișcare creativitatea gândirii, dar și alte aspecte

importante de dezvoltare. Termenul „creativitate” înseamnă folosirea imaginației pentru descoperirea ideilor inovatoare sau găsirea unor căi noi de abordare a problemelor vechi [1, p. 215]. Este un termen actual și specificul acestei abordări se întâlnește în toate sferile de activitate. În toate organizațiile performante unul dintre criteriile de selecție a personalului îi revine creativității, deoarece sunt necesare persoane cu viziuni creative, care vor contribui la transformarea organizației.

Creativitatea desemnează capacitatea de a realiza creații inovatoare (originale, ingenioase), dar și adecvate (utile, adaptate în funcție de cerințele sarcinii). Creativitatea are o sferă de cuprindere largă, semnificativă, atât la nivel individual, cât și social, ce vizează o multitudine de domenii de activitate. La nivel individual, de exemplu, creativitatea este utilă în rezolvarea problemelor întâmpinate de un individ în viața sa profesională sau cotidiană. La nivel social, creativitatea poate genera descoperiri științifice, noi curente artistice, invenții și programe sociale inovatoare [4, p. 13].

Dacă ne dorim un public creativ, cult și educat, necesitatea promovării cărții și lecturii prin toate mijloacele posibile trebuie să devină o prioritate pentru biblioteci. E adevărat că tehnologiile informaționale ocupă tot mai mult spațiu în viața omului și vor exista algoritmi informatici care vor face lucrul în locul oamenilor, însă creativitatea umană nu poate fi înlocuită de computere. Y.N. Harari menționează că „unii oameni vor rămâne indispensabili și indescifrabili, dar vor constitui o elită restrânsă și privilegiată de oameni upgradați. Acești supraoameni se vor bucura de abilități nemaiauzite și de o creativitate fără precedent, care le vor permite să ia în continuare multe dintre cele mai importante decizii din lume” [2, p. 303]. Din cele expuse putem constata că elita umanității va constitui omul informat care va deține o cultură a lecturii bazată pe o cunoaștere aprofundată.

Neurochirurgul Ben Carson (SUA) afirmă: „Cititul ne îndeamnă să folosim imaginația și ne face mult mai creativi” [1, p. 215]. Dumnealui consideră că programele educative de la TV nu stimulează cu adevărat intelectul, ci lectura activează și antrenează mintea și că „indiferența de a ne folosi creativ puterile intelectuale ne va costa foarte mult pe termen lung”

[1, p. 216]. Este un adept al susținerii cunoașterii prin lectură și este convins că putem ajunge departe în această lume prin lectură. „Mi-ar plăcea să văd persoane cu autoritate și cu realizări importante proclamând: «Citește! Citește! Citește!»». Mi-ar plăcea ca personalități recunoscute să-și exprime grija, apucându-i pe alții de mână și strigând: «Aici este lada de zestre a omenirii – biblioteca publică sau o librărie»” [1, p. 217], este afirmația lui Ben Carson, care prin lectură a excelat, devenind dintr-un copil de ghetou cel mai celebru specialist în neurochirurgie infantilă.

Pentru ca omul contemporan să declanșeze o revoluție a creativității, să fie nu doar un rutinier homo faber, ci să devină un autentic homo ingeniosus, este necesar să se investească în capacitățile lui, pe care Ken Robinson le enumeră astfel: creativitate, comunicare, colaborare, gândire critică. Astfel, revoluția începe cu unitățile de învățământ, care trebuie să considere dezvoltarea creativității și profesionalizarea un domeniu strategic, să se deschidă la inițiative comune cu instituții de cultură, cu organizații filantropice, cu diverse antreprize și chiar cu firme de afaceri [5]. Bibliotecile sunt implicate în diverse proiecte, colaborează și inițiază parteneriate, aliniindu-se la cerințele timpului. Din perspectiva formării persoanelor creative, lectura este un fundament de bază și bibliotecile dezvoltă programe privind promovarea lecturii în care sunt implicați utilizatorii bibliotecii. În opinia unor experți, citirea literaturii artistice contribuie la dezvoltarea creativității personalității. Însă, din prima și începutul celei de-a doua decade a secolului XXI, se constată o perioadă de schimbare semnificativă a modului de lectură la tineri. Astăzi, se observă că nu numai parametrii cantitativi ai lecturii se schimbă, ci și tipul activității de lectură, care trece treptat la cea electronică.

Se cunoaște că internetul este o nouă platformă de comunicare, datorită tehnologiilor inovatoare care evoluează în fiecare zi și, odată cu ele, apare o nouă cultură. Prin urmare, acestea creează un nou mediu pentru lectură și nu reprezintă o amenințare, ci o posibilitate de a promova mai intens și flexibil lectura. Dacă lectura anterioară era asociată cu citirea unei cărți cu voce tare sau de sine stătător, cu un stilou în mână și notițe pe hârtie, acum o tabletă

sau o carte electronică devin atribute ale lecturii. S-a schimbat și motivația pentru lectură. Citirea diferitor tipuri de literatură pentru creșterea nivelului cultural și îmbogățirea cunoștințelor acum este înlocuită de lectura practică, legată de căutarea și asimilarea rapidă a informațiilor.

Lectura unei persoane moderne este concentrată în principal pe navigarea site-urilor web și cataloagelor electronice ale bibliotecilor, căutarea informațiilor rapide pe internet și citirea electronică.

Afirmațiile mai multor experți precum că astăzi se citește mai puțin sunt evidente în multe cercetări despre lectură, însă și afirmația că omul modern citește mai mult se adevărește prin faptul că omul modern cel puțin recunoaște textul tipărit cu mult mai mult decât în alte perioade ale istoriei [7, p. 8]. Necesitățile de lectură sunt diverse, pornind de la activitatea profesională, studiu etc. până la activități de zi cu zi, cum ar fi lectura înainte de somn, rețetele de bucate, cumpărături online, informare asupra unei călătorii, modul sănătos de viață, ritualuri religioase, educația copiilor, pasiuni precum pescuitul, grădinăritul, putem adăuga aici și sport, relații de cuplu etc. Informații despre aceste preocupări elementare sunt disponibile în formatul online și accesibile utilizatorilor de internet.

În cartea „Istoria lecturii”, Alberto Manguel descrie procesul lecturii ca act de descifrare și interpretare de semne, menționând: „Astronomul care citește o hartă a stelelor ce nu mai există de multă vreme; arhitectul japonez care citește terenul pe care urmează să se construiască o casă, astfel încât s-o ferească de forțele rele; zoologul care citește urmele animalelor în pădure; jucătorul de cărți care citește gesturile partenerului, înainte de a pune pe masă cartea câștigătoare; dansatorul care citește însemnările coreografului și publicul care citește mișcările dansatorului pe scenă; țesătorul care citește desenul complicat al unui covor pe cale să fie țesut; cântărețul la orgă care citește diferite niveluri simultane ale muzicii orchestrate pe știme; părintele care citește pe fața copilului semnele bucuriei, fricii sau uimirii; ghicitorul chinez care citește formele ancestrale pe carapacea unei broaște-țestoase; îndrăgostitul care citește noaptea trupul iubitei sale pe sub cearșafuri; psihiatrul care-i ajută pe pacienți să-și citească visele confuze; pescarul din

Hawaii care citește curenții oceanici prin simpla scufundare a mâinii în apă; țăranul care citește vremea pe cer – toți împărtășesc cu cititorii de cărți abilitatea de a descifra și interpreta semne” [3, pp. 17-18]. Acest aspect scoate în evidență că cititul este bazat pe diverse forme și că persoanele citesc în raport cu necesitățile și preocupările lor. Prin urmare, putem trage concluzia că astăzi a devenit mai accesibilă informația datorită tehnologiilor și toate sferile de activitate au tangențe cu tehnologiile informaționale reprezentate prin diverse forme de date numerice, texte, imagini, fișiere grafice, fișiere audio și fișiere video.

Menționând cele de mai sus, putem clasifica lectura omului modern în lectură obișnuită și lectură de calitate. În acest context, lectura obișnuită se bazează pe informare, pe rezolvarea unei probleme de moment (rețete culinare, diverse oferte în vânzare, reclame etc.), iar lectura de calitate, care se bazează pe citirea aprofundată, contribuie la formarea personalității, creșterea intelectuală și dezvoltarea creativității. În acest sens, se constată că lectura tipărită și lectura electronică nu se opun, ci se completează reciproc și nu poate fi neglijată nici una, nici alta.

În anii '60, culturologul L.I. Belyaeva a identificat șapte motive principale de lectură, care în opinia unor experți sunt optimale pentru toate timpurile, astfel menționăm: citirea ca activitate specifică, cunoașterea de sine și autoeducarea, accesul la cunoaștere, înțelegerea vieții, cunoașterea oamenilor, căutarea unui ideal, distragerea de la problemele vieții [6, p. 9].

Potrivit unui studiu în vederea formării a cinci grupuri sociale de utilizatori, care sunt influențate de era digitală și ale căror metode de informare din cadrul bibliotecii sunt diferite, se constată următoarele [9, p. 65]:

1. „Copiii lui Gutenberg” sunt susținătorii valorilor tradiționale ale culturii cărților;
2. „Copiii lui Dirac” sunt adepții dispozitivelor de citire a cărților (e-reader, cărți audio etc.);
3. „Copiii lui Holmes” – ambasadorii valorilor tehnocratice;
4. „Copiii lui McLuhan” – persoane care preferă comunicarea audiovizuală;

5. „Copiii lui Machiavelli” fac parte din categoria comercianților, agenților de publicitate etc., care utilizează instrumentele de comunicare pentru atingerea scopurilor manipulative.

Aceste grupuri s-au format datorită diversificării și evoluției tehnologiilor informaționale, odată cu apariția cărții electronice și a celei audio, a colecțiilor digitale, a comunităților de interese cu preocupări profesionale și personale.

Odată cu dezvoltarea webului semantic, care este bazat pe crearea de conținut, colaborare între utilizatori, comunități create pe diferite interese, se regăsesc și aspecte ce țin de promovarea cărții și lecturii: de la simple grupuri publice pe Facebook până la diverse bloguri prin care se promovează cartea și lectura, dar și site-uri profesionale care oferă opțiuni pentru satisfacerea necesităților de lectură ale utilizatorilor. Comunitățile de acest gen oferă diverse posibilități creative de promovare a cărții și lecturii. În acest sens, utilizatorii recomandă cărți și au un feedback de la alți utilizatori, au posibilitatea de a scrie recenzii, de a promova propriile opere literare. Pentru a participa în comunitățile respective, utilizatorii sunt motivați de următoarele aspecte:

- interes/comunicare (întâlnire cu persoane interesate de lectură, relații noi);
- dezvoltare personală (oportunitatea și chiar nevoia de a reflecta, gândi, analiza textul citit, raportat la propria persoană);
- reflecție (utilizatorul realizează că o viziune asupra unui lucru poate fi percepută diferit).

În Republica Moldova există diverse platforme de promovare a cărții și lecturii create de bibliotecari, editori, diverse persoane competente în recomandarea cărților, utilizatori care sunt pasionați în mod deosebit de lectură. Astfel, menționăm câteva:

- **www.eucitesc.md**
- **Grupuri pe Facebook:**

- **Citesc, deci trăiesc** – https://www.facebook.com/pg/bovieta.blogspot.md/about/?ref=page_internal
- **Ce carte citești?** – <https://www.facebook.com/groups/133695593455323/about/>
- **nicio_zi_fără_lectură** – <https://www.facebook.com/groups/318649202244287/>
- **In Love with Books** – https://www.facebook.com/pg/BookInspirations/about/?ref=page_internal
- **LecturaCentral** – grup public gestionat de Biblioteca Națională a Republicii Moldova în colaborare cu sistemul național de biblioteci, prin care sunt promovate activitățile și serviciile de bibliotecă privind promovarea cărții și lecturii: <https://www.facebook.com/groups/205286133498142/>.

Există mai multe dispozitive pentru citirea cărților electronice, în general portabile: calculatoarele personale, tablete, smartphone-uri sau dispozitive special construite pentru cititul cărților, numite e-reader sau e-book reader. Se cunosc următoarele e-readere: Onyx Book Aurora, Kindle Fire HD, Sony, Ipad 2, Ipad mini, Pocketbook. Există diverse formate ale cărților electronice (pdf, e-pub etc.) și site-uri de unde se pot descărca gratuit cărți electronice, dar și cu plată. Librăria online Bestseller.md oferă accesul gratuit la unele cărți electronice la adresa: <https://www.bestseller.md/ebooks.html?cat=315>. Dispozitivele de citire a cărților electronice au unele avantaje, dar și dezavantaje, însă le putem încadra în categoria lecturii aprofundate, deoarece reprezintă cartea sub altă formă și nu poartă utilizatorul de pe un site pe altul, ceea ce produce o lectură fragmentată.

Un fenomen remarcabil în promovarea cărții și lecturii reprezintă Book Trailerurile, disponibile pe platforma YouTube. Acestea conțin recenzii și rezumate ale cărților în format video. O astfel de prezentare este Book Trailerul cărții lui Vitali Cipileaga „De vorbă cu Emma” (https://www.youtube.com/watch?time_continue=58&v=Iw1qV9Hwcx4).

Prezentările de cărți în era digitală mai pot fi reflectate prin BookTube și expozițiile virtuale. BookTube este o formă de prezentare a cărților specifice comunității YouTube, care se concentrează pe subiectul cărților. Pot fi abordate toate genurile de literatură – clasică, ficțiune, literatură pentru copii, benzi desenate, beletristică și non-ficțiune. Expozițiile virtuale pot fi expuse în diverse formate grafice, textuale, audio și vizuale. Există diverse platforme online, testate și aplicate de bibliotecari. Acestea îi oferă posibilitatea bibliotecarului să se manifeste creativ, având la dispoziție produse informaționale atractive și utile cititorului creativ.

Au devenit foarte populare unele metode preluate din străinătate de promovare a cărții și lecturii prin utilizarea tehnologiilor informaționale, cum ar fi fundraising – atragerea resurselor; storytelling – crearea/povestirea poveștilor; coworking – activitate în comun; tutoring-coaching – consultație individuală. Aceste metode ajută bibliotecarul să creeze diverse servicii axate pe carte și lectură. O altă metodă caracteristică pentru lectura electronică, recomandată de pedagogi cu efecte de instruire combinată, este blended-learning.

Bibliotecile din Republica Moldova sunt orientate spre diversificarea serviciilor privind promovarea cărții și lecturii cu utilizarea tehnologiilor informaționale:

- dezvoltarea și utilizarea colecțiilor electronice;
- digitalizarea documentelor;
- utilizarea e-readerilor;
- promovarea aplicațiilor de citire a cărților pe smartphone-uri, tablete și alte dispozitive;
- participarea bibliotecarilor în diverse grupuri de lectură pe rețele sociale;
- organizarea expozițiilor de carte în formatul online;
- diversificarea serviciilor privind promovarea cărții și lecturii.

Omul viitorului sau omul upgradat, după cum afirmă Y.H. Harari, va fi cel creativ. Mai mult ca atât, upgrade-ul se face prin stimularea creierului. Multe cercetări au demonstrat că lectura stimulează creierul și prelungește viața, iar alegerea de a citi ne aparține.

Referințe bibliografice

1. CARSON, Ben. Gândește cutezător. București, 1999, pp. 210-222. ISBN 973-98905-6-3.
2. HARARI, Yuval Hoah. Homo deus. Scurtă istorie a viitorului. Iași: Polirom, 2018. 392 p. ISBN 978-973-46-7199-1.
3. MANGUEL, Alberto. Istoria lecturii. București, 2011. 412 p. ISBN 978-606-579-132-9.
4. Manual de creativitate. Iași: Polirom, 2005. 292 p. ISBN 973-681-808-X.
5. MATEI, Corina. Creativitatea în secolul accelerației [online]. [citat 28.07.2019]. Disponibil: <https://semneletimpului.ro/religie/etica-si-morala/creativitatea-in-secolul-acceleratiei.html>.
6. МАРКОВА, Т. Б. Чтение как составная образа жизни: бумажная книга и/или электронный текст. В: Библиосфера. 2013, № 4, pp. 7-15. ISSN 1815-3186.
7. МЕЛЕНТЬЕВА, Ю. П. Чтение в культуре повседневности. Обыденное чтение как распространенная современная модификация чтения. Постановка проблемы. В: Библиосфера. 2014, № 3, pp. 7-10. ISSN 1815-3186.
8. СМЕТАННИКОВА, Н. Н. Чтение, грамотность, читательская компетентность: стратегия развития. В: Библиоковедение. 2017, № 1, pp. 41-47. ISSN 0869-608X.
9. СОКОЛОВ, А. В. Чтение как момент истины. В: Библиоковедение. 2015, № 8, pp. 63-66. ISSN 0869-608X.