

## PROMOVAREA CĂRȚII ȘI A LECTURII: EXPERIENȚE INTELIGENTE

**Victoria VASILICA,  
Biblioteca Națională a  
Republicii Moldova**



**Rezumat:** Obiectivul principal al cultivării și promovării unei culturi de lectură este ca citirea să devină un obicei apreciat și iubit de cetățeni, dar și creativ, eficient. Autorul descrie experiențe și inițiative de promovare a cărții și lecturii ale rețelelor de librării, muzeelor și altor structuri din țară și străinătate.

**Cuvinte-cheie:** cultura lecturii, carte, creativitate.

**Abstract:** The main objective of cultivation and promotion of culture of reading is to make reading a habit appreciated and loved by citizens, a creative and efficient one. The author describes experiences and initiatives of libraries, museums and other structures in the country and abroad in promotion of book and reading.

**Keywords:** reading culture, book; creativity.

Există un singur mod prin care putem face ca un om să întreprindă o acțiune - trebuie să-l convingem să vrea să o facă. În momentul când își dă consimțământul, este pregătit să primească cunoștințe despre modul în care trebuie să îndeplinească acțiunea. Imaginația este mai importantă decât cunoștințele, spunea Einstein. Cunoștințele sunt limitate, iar imaginația nu are restricții, poate să zboare. Imaginația bibliotecarilor este una care nu doar zboară și nici una care este închisată, dar este una infinit de creativă. Acest lucru rezultă din formele și metodele de promovare ale cărții și lecturii încontinuu diversificate de către bibliotecari și nu numai. Este vorba despre cooperare și colaborare, două elemente-cheie ale succesului unei activități. Biblioteca și instituțiile de învățământ fac permanent demersuri didactice pentru a cultiva publicului cultura lecturii. Obiectivul principal al cultivării și

promovării unei culturi a lecturii este ca citirea să devină un obicei apreciat și iubit. Fără posibilitatea de a citi pe scară largă, ceea ce este predat în clasă nu poate fi consolidat. Iată de ce avem nevoie de cooperare și colaborare. În acest fel se naște solidaritatea, așa sunt înregistrate performanțe, este dezvoltată gândirea critică și, cel mai important, este îndeplinit un scop comun: promovarea cărții și a lecturii în toată țara. Tehnologiile informaționale au globalizat și domeniul științei informației, iată de ce colaborarea între instituții ar găsi soluții la necesitățile informaționale în continuă schimbare ale diverselor grupuri de utilizatori. Promovarea cărții și a lecturii în rândul publicului larg poate fi obiect de parteneriat între bibliotecă și alte instituții care au aceleași obiective.

Parteneriatul este modalitatea, formală sau informală, prin care două sau mai multe părți decid să acționeze împreună pentru

atingerea unui scop comun. Parteneriatele pot fi materializate prin acorduri de colaborare între părți, dar și verbale (în acest caz relevant ar fi termenul „colaborări profesionale”). În același timp, ele pot fi și nescrise, dar identificate după atingerea obiectivelor. Parteneriatul informal se poate stabili atunci când scopul este suficient de specific, iar atingerea sa nu este o problemă, părțile fiind structuri de tip similar, cunoscându-se anterior. Exemple în acest sens ar fi parteneriate între bibliotecă și familie, instituții de învățământ, librărie, muzeu. Parteneriatul formalizat se poate stabili în cazul unor sarcini mai complexe sau de termen lung, ori când partenerii sunt structuri de tip diferit, de exemplu: biblioteca și fabrică, hotel, magazin, spital, prisaică, aeroport.

O condiție a dezvoltării copiilor este lectura ordonată, selectată și realizată cu plăcere și drag. E banal poate atunci când menționăm că un copil este oglinda părinților, însă este demonstrat că învățarea are loc prin imitare și dacă un copil își vede părinții citind, așa va face și el. Astfel, biblioteca împreună cu familia are puterea de a schimba viziuni, chiar destine, dacă „pun în mâinile copiilor o carte bună, la timp”, așa cum menționează maestrul Iulian Filip.



În luna august rețeaua de librării LIBRARIUS a inițiat o campanie de promovare a cărții cu titlul „Cărțile nu se ofilesc, oferă în dar profesorului tău cartea preferată de

1 septembrie”. Desigur că cei mai sceptici sau pesimiști ar putea comenta că era vorba despre o campanie de vânzare a cărții, dar faptul că într-o societate unde sunt promovate tehnologiile pe scară largă, contextul unde cartea este evidențiată ca și obiect fizic este bine.



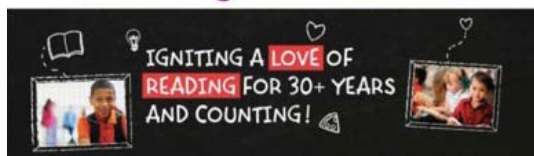
Un îndemn la lectură, pe care l-a lansat un muzeu din SUA, a declanșat imaginația foarte multor specialiști în marketing ai bibliotecilor, școlilor și altor instituții conexe. Mesajul transmis era următorul: „Dinozaurii nu au citit, iată de ce au dispărut”. Foarte curând acest mesaj a fost ilustrat pe tricourile de uniforme ale multor școli din America, pe căni și pungi eco, au fost inițiate campanii pe Twitter.



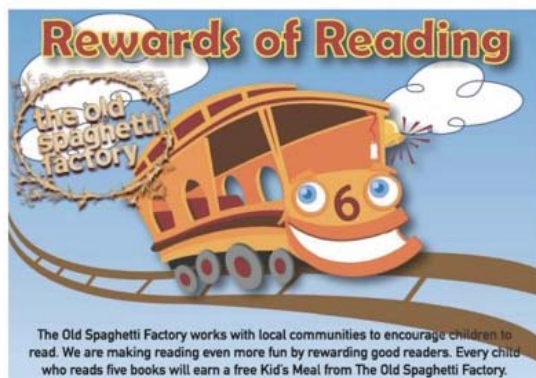
Cărți waterprof, într-o piscină din Hilton Aruba este o altă tendință de a instiga lumea la lectură. Hotelul caribbean de pe malul mării a lansat o nouă „bibliotecă rezistentă la apă”, cu o gamă largă de cărți disponibile la coliba turnului în aer liber a hotelului recent renovat.

În SUA, din 1984, funcționează programul Pizza Hut care încurajează lectura în școlile de nivel național. Este un program de lectură care este susținut de rețeaua de pizzerii Pizza Hut în parteneriat cu Library of Congress. Ei au înțeles că cititul face diferența dintre oameni și profesorii care aderă la acest program beneficiază de premii, cum ar fi bilete valorice pe care le schimbă pe pizza.(1)

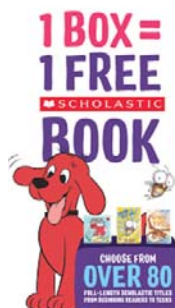
## Reading Promotions



Pizza Hut's **BOOK IT!** program motivates children to read by rewarding their reading accomplishments with praise, recognition and pizza. **BOOK IT!** motivates children to read by rewarding their reading accomplishments with praise, recognition and pizza. a goal is a great reason to celebrate! **BOOK IT!** runs every school year from October through March. The teacher & students set a reading goal, & as soon as a child



Cartea și lectura este promovată neobișnuit și de compania americană Kellogg care produce diverse cereale, prăjituri și alte tipuri de alimente. Fiecare cutie de cereale este vândută împreună cu o carte. (2)



Mulți părinți, atunci când pășesc pragul unui restaurant de tip MacDonalds, aleg meniurile Happy meal, de obicei. Alegerea este facilitată de faptul că meniul este complex, dar cel mai important, copiii sunt încântați de jucăria din cutie. O inițiativă de promovare a lecturii a fost inițiată și de către rețeaua de restaurante SUGARBUN, în momentul în care a fost înlocuită jucăria cu o carte. (3)



S-ar părea că nu este nici o legătură între carte, lectură și prisacă. O familie din satul Meșeni, Rezina, în parteneriat cu Biblioteca Raională, a desfășurat campania „Citim și ne îndulcim!”. Astfel, oricine vine la prisacă și le povestește apicultorilor cu lux de amănunte rezumatul ultimei cărți citite, pleacă acasă cu un borcan de miere gratuit, pentru care ar fi trebuit să scoată din buzunar până la 90 de lei. (4)



Un alt exemplu de promovare a lecturii îl oferă compania „Avia Invest”, care oferă acces gratuit pasagerilor Aeroportului Chișinău la literatura internațională! „Avia Invest” pune la dispoziția tuturor pasagerilor, care își încep călătoria la Aeroportul Chișinău, o bibliotecă digitală gratuită. Fiind conectați la rețeaua Wi-Fi a aeroportului, pasagerii pot descărca aplicația Bookmate. Astfel, toți călătorii au acces gratuit la cele peste 850 mii din cele mai bune cărți din categoria detective, biografie și literatură clasică.

Acestea sunt disponibile pentru lectură în 12 limbi, timp de trei zile. (5)



Societatea civilă vede în „carte” un liant bun pentru a aduce la un loc cât mai mulți elevi și studenți dornici de implicare civică, pentru a purta un dialog cu ei. Mesajul evenimentului – „Cărți, cafea, ceai, căldură, impresii de lectură și Tinerii Moldovei vă așteaptă cu drag”.

Promovarea lecturii este o provocare pentru fiecare stat european. Cum să îndemnăm să citească pe cei care știu a citi, dar nu găsesc acest lucru interesant? Și de ce ar trebui să ne pese? Ar trebui să ne pese pentru că lectura aduce prosperitate societății în ansamblu și fiecărui individ în particular. Cu toate că schimbările legate de apariția mediului virtual formează impresia că lectura trece pe plan secundar, aceasta, ca și cu mulți ani în urmă, este cel mai important mijloc de atașare a oamenilor la toate aspectele dezvoltării științifice și culturale ale civilizației.

### Referințe bibliografice

1. ABOUT Pizza Hut [online]. [citat 26.01.2020]. Disponibil: <https://www.bookitprogram.com/about>
2. 1 BOX = 1 FREE BOOK [online] [citat 28.01.2020]. Disponibil: [https://www.kelloggsfamilyrewards.com/en\\_US/promotions/feeding-reading-2019.html](https://www.kelloggsfamilyrewards.com/en_US/promotions/feeding-reading-2019.html)
3. SUGARBUN incorporates malaysiamembaca in kids promotion to cultivate reading culture [online] [citat 26.01.2020]. Disponibil: <https://dayakdaily.com/sugarbun-incorporates-malaysiamembaca-in-kids-promotion-to-cultivate-reading-culture/>
4. CAMPANIA Citim și ne îndulcim! O familie din satul Meșeni oferă miere gratis în schimbul unei cărți citite [online] [citat 26.01.2020]. Disponibil: <https://primelestiri.md/ro/campania-citim-si-ne-indulcim-o-familie-din-satul-meseni-ofera-miere-gratis-in-schimbul-unei-carti-c---96371.html>
5. BIBLIOTECA Electronica la Aeroportul Internațional Chișinău. [online] [citat 26.01.2020]. Disponibil: [http://www.airport.md/Library\\_ro/](http://www.airport.md/Library_ro/)