

Pupcia cioci

23 grudnia 2012

Gdyby ktoś organizował ranking najmniej prospołecznych kampanii społecznych, to zgłaszam – choć konkurencja mordercza – kandydaturę akcji już dobrze zdomowionej w przestrzeni publicznej: „Nie czytasz? Nie idę z tobą do łóżka!”.

Jej organizatorom pomysł wydaje się prosty i oczywisty. Ponieważ Polacy czytają zatrważająco mało (co potwierdzają kolejne badania czytelnictwa, a także wyniki sprzedaży naszego rynku wydawniczego), a przy tym istnieje negatywny stereotyp osoby czytającej jako nieatrakcyjnego nudziarza, należy działać na rzecz czytelnictwa poprzez przełamanie tego stereotypu. „Kochamy książki – czytamy na stronie internetowej akcji – miłością prawie że fizyczną. Chcemy zachęcać do odkrywania czytania na nowo – tym razem w kontekście nieco erotycznym. Aby ludzie widzieli się w intymnym towarzystwie książek. Żeby stawały się one elementem ich wizerunku. Nie ma nic bardziej sexy niż fajna osoba w fajnym łóżku z odpowiednią lekturą. Dlatego też chcemy pokazać książkę w nowej odsłonie – jako atrybut seksualny, decydujący o naszej atrakcyjności”.

PERFUMY I NAFTALINA

Ha! Czytanie jako atrybut seksualny! Czyli coś analogicznego do wydatnego biustu lub szerokiej szczęki, wiotkiej lub mocnej sylwetki, aksamitnego głosu, powłóczystego spojrzenia, a może kompletu złotych kart kredytowych, sportowego samochodu czy wysokiego stanowiska? Pomysł wydaje się nowatorski, a także – trzymając się jego własnej terminologii – bardzo sexy. Jednak gdy przyjrzymy mu się trochę bliżej, a może kiedy nieco uważniej go powąchamy, zauważymy, że spod zapachu zmysłowych perfum wyraźnie załatuje naftaliną.

Bo przecież z takim wyobrażeniem, że czytanie jest przede wszystkim (tak jak jest to akcentowane w akcji) elementem

zewnątrznego wizerunku osoby i że w konsekwencji przyczynia się do jej reprodukcyjnego czy też erotycznego sukcesu, mieliśmy do czynienia już z dawien dawna. Również, dużo silniejszy niż zachęcający, negatywny przekaz kampanii, czyli zawstydzanie nieczytających, sugerowanie im, że niechęć do książek wyklucza ich społecznie i towarzysko, a co za tym idzie, czyni nieatrakcyjnymi seksualnie, ma tylko pozory świeżości.

Ileż to starsi czytelnicy (lub nie-czytelnicy), którym dorastać przyszło w czasach pozbawionych dzisiejszej frywolności, nasłuchali się za młodu od szlachetnych nauczycieli, wychowawców rodzinnych i instytucjonalnych, autorytetów telewizyjnych i papierowych, a przede wszystkim od niepoliczonych zastępów przeróżnych cioci, że czytanie jest bardzo ważne. Że człowiek kulturalny tym się od niekulturalnego odróżnia, iż czyta książki. Że to wstyd nie znać takiej czy innej lektury, którą wszyscy cywilizowani ludzie przeczytali – to wstyd nie móc w towarzystwie porozmawiać o Joyce'ie, Marquezie, Herbercie, nie umieć dorzucić do konwersacji skrzydlatego słowa, cytaciku, ulubionego powiedzonka powieściowego bohatera. Człowiek nieczytający to prostak, zwyczajny cham, z którego prostactwo wyjdzie prędzej czy później – ostrzegała niejedna ciocia, zatroskana o Józia, który wstyd rodzinie przynosił, wyraźnie przedkładając prymitywne ganiecie z kolegami nad rozkosze lektury. Dla większej zachęty groziła ciocia (albo pan nauczyciel) palcem, że przecież takiego i takiej, co książek nie czytają, żadna porządna dziewczyna lub żaden porządny chłopak nie zechcą.

Dzisiejsza ciocia zauważyła już, że grożenie palcem nie posiada mocy sprawczej. A ponieważ zauważyła także, iż w dzisiejszych czasach w wielu kwestiach moc sprawczą miewa machanie pupcią, sama postanowiła swoją pupcią zamachać. Niestety nie wzięła pod uwagę takiej okoliczności, że pupcia ta, pośród być może pewnych zalet, posiada ten zasadniczy

mankament, iż jest ewidentnie pupcią cioci. Że trzęsie się ta pupcia wśród niezliczonych innych pupć, które pupciami cioci ewidentnie nie są, i że na tle tych pupć wygląda jak wygląda.

WIZERUNEK I ŚMIESZNE KOTY

Zachęcanie do czytania przez zawstydzanie nieczytania ma w naszym kraju klasowy charakter i jest zakorzenione mocno od czasów, w których inteligencji bardzo zależało na tym, aby się odróżniać od nieinteligentnych mas dążących do awansu społecznego. Żywe jest do dziś, zwłaszcza wśród – mówię, bom smutny i sam pełen winy – nauczycieli polonistów, bezradnych wobec niechęci podopiecznych do książek. Nauczyciele owi z jednej strony poczuwają się do obowiązku krzewienia czytelnictwa, z drugiej pozostawieni zostali z tym zadaniem samym sobie. Jest to jednak, jak się boleśnie poloniści przekonują, sposób nie tylko nieskuteczny, ale wręcz przeciwnie skuteczny. A to dlatego, że zawstydzanie jest orężem, którego ciosy zadziwiająco łatwo można sparować i odwrócić przeciwko zadającemu. Józio zawstydzany przez ciocię za brak kultury łatwo odpowie wyobrażeniem wszelkiej ciociowatości jako zawstydzającej, a własnego dobrego samopoczucia szukać będzie wśród kolegów nieczytających, ale ganiających i – o zgrozo! – mówiących brzydkie słowa. Nieczytający, zachęcany do czytania erotycznym szantażem, przez chwilę taksującym wzrokiem spojrzy na szantażystów, na książkowych celebrytów w zmysłowych pozach promujących akcję, a potem stwierdzi, że erotyczne walory czytania są stanowczo przereklamowane.

Zachęcanie do czytania przez odwoływanie się do wizerunku również jest nieskuteczne czy wręcz przeciwnie skuteczne, a przede wszystkim oznacza stawianie sprawy na głowie. Być może rzeczywiście istnieją osoby, które czytają książki, aby dzięki temu poprawić swój publiczny wizerunek, ale jeśli tak jest, to nie rozumiem, dlaczego mielibyśmy wspierać ich w tym kampaniami społecznymi. I nie chodzi tylko o to, że taka motywacja jest nieszczera. Żyjemy w czasach, w których z jednej strony ludzie mają obsesję zewnętrznego wizerunku –

tego, jak postrzegani są oni sami i ich społeczny status. Z drugiej strony jednak potrzeba kreowania takiego wizerunku wytworzyła całe mnóstwo mechanizmów, które (momentami dość iluzorycznie) pozwalają zbudować tenże wizerunek niejako na skróty. Mamy więc nie tylko wyspecjalizowane agencje i strategie marketingowe służące budowaniu prezencji osób publicznych, ale także mnóstwo czasami rozpaczliwych działań zwyczajnych ludzi, nękanych lękiem o to, jak są postrzegani.

Kampania społeczna „Nie czytasz? Nie idę z tobą do łóżka!” odwołuje się do tego lęku i podsyca go, przez co – w małym stopniu, wobec wielości podobnych bodźców – przyczynia się do budowania wśród obywateli atmosfery niesprzyjającej spokojnej lekturze i wyciąga z lamusa społeczny antagonizm między deklarującymi się jako miłośnicy czytania a tymi, którzy twierdzą, że nie jest im ono potrzebne. Ale przede wszystkim prowokuje do poszukiwania skrótowych remediów na ów lęk. Widocznym skutkiem kampanii jest rozmnożenie się zachwalających rozkosze czytelnictwa internetowych memów, łańcuszków, obrazków, filmików, złotych myśli, cytatów i statusów umieszczanych na profilach serwisów społecznościowych, rozsyłanych pocztą elektroniczną, wykorzystywanych jako awatary, osobiste motto, sygnały najpełniej komunikujące światu skomplikowaną i bogatą osobowość, a także społeczny status osób, które chcą być postrzegane jako czytające. Również facebookowy profil kampanii jest wymowny. Pełno tu takich memów, surrealistycznych obrazków z motywem książki, fotografii ciągnących się w nieskończoność bibliotecznych regałów, śmiesznych kotów zachęcających do czytania i kociaków preżących się na widok książki. Tylko że cały ten kicz będzie raczej zastępował czytanie, niż do niego zachęcał.

Ludzie dziś częściej komunikują się na portalach społecznościowych, niż spotykają, żeby pogadać, więc ze względów wizerunkowych bardziej opłaca się „polubić” fan club Franza Kafki lub Jonathana Littella tudzież pospamować ściany

znajomych klimatyczną fotografią gigantycznego salonu pełnego książek, z dopiskiem „Ach, moje marzenie!”, niż tracić czas na lekturę, a tym bardziej wydawać pieniądze na książki. Jeśli czytanie to kwestia wizerunku, to o wiele prościej załatwić ten problem przy pomocy narzędzi wizerunkowych.

DLACZEGO NIE CZYTAMY?

W żaden sposób nie chcę tu negować dobrych intencji organizatorów kampanii. Wiem jednak, że dobrymi intencjami wybrukowane jest piekło, a akcja promująca czytelnictwo nie może się udać, jeśli dzisiejszy katastrofalny jego stan nie zostanie poprawnie rozpoznany. Kluczowe jest tutaj pytanie: „dlaczego Polacy nie czytają?”. Twórcy kampanii odpowiadają na to: „Polacy nie czytają, bo zły jest społeczny wizerunek czytającego jako asekualnego nudziarza, który lekturą rekompensuje sobie brak sukcesów w realnym życiu. Jeśli zmienimy ten wizerunek, pokażemy, że czytelnik to ktoś atrakcyjny, a zawstydzimy jako asekualnych i nudnych tych, którzy nie czytają, Polacy zaczną czytać”. Nic bardziej błędnego. Jest dokładnie na odwrót. Wizerunek czytającego jest u nas fatalny, bo Polacy nie czytają. Nie czytają i muszą sobie to jakoś uzasadnić. Jeśli Polacy zaczną czytać, wizerunek czytającego się poprawi.

Oczywiście odpowiedź na pytanie „dlaczego Polacy nie czytają?” jest złożona i niełatwa. Ale duże znaczenie ma tutaj wyuczona bezradność czytelnicza. Polacy od małości uczą się w szkole, że czytanie literatury to czynność żmudna, trudna i bezcelowa, skoro niedająca ani satysfakcji, ani zauważalnych korzyści. Przyczynia się do tego prezentowana przez decydentów oświatowych właśnie taka tradycyjna, klasowa wizja czytania jako wyznacznika społecznego statusu, do którego każdy powinien aspirować. Dziecko od samego początku edukacji dostaje więc zadania czytelnicze niby wdrażające je w polski inteligencki kod kulturalny, ale zupełnie przekraczające jego możliwości. I w dodatku niemal od samego początku edukacji literackie lektury, pisane często językiem, którego mały

czytelnik nie jest w stanie zrozumieć, są zadawane do domu, co oznacza, że dziecko w zmaganiach z nimi jest zdane albo samo na siebie, albo handicapuje się takie dzieci, które mogą liczyć na kompetentną pomoc inteligenckich rodziców lub profesjonalną obsługę korepetytorów. Czy możemy sobie wyobrazić ośmiolatka, który samodzielnie i z przyjemnością przeczyta poniższy fragmencik?

Widziało, jak Zosia
Z kluczykami chodzi,
Jak liżnie śmietany,
Choć się to nie godzi...

Widziało, jak Kuba
Pługiem w polu orze,
Jak wołki poganiam,
Żeby było zboże...

Widziało pod lasem,
Jak się pasą krowy,
Jak tam pokrzykuje
Nasz ciołeczek płowy...

To fragment wiersza „Co słonko widziało?” Marii Konopnickiej, lektury w pierwszej klasie szkoły podstawowej. Dziecko, które utknie na pługu, na ciołeczku płowym, które nie zauważy związku między poganianiem wołków (o ile będzie wiedziało, co to są wołki – czy ktoś z Państwa widział kiedyś na własne oczy wołka?) a tym, że jest zboże, w końcu całość przeczyta, ale odbierze ją jako bełkot. Później będzie już tylko trudniej, tym trudniej, że każdej kolejnej lekturze towarzyszyć będzie wspomnienie coraz większej liczby poprzednich, którym nie dało się rady. A nauczyciel, choćby najbardziej uczniom oddany, nie może nad tekstem się zatrzymać, wyjaśnić wszystkich miejsc niezrozumiałych, pokazać mieszcuchom na obrazku, jak wygląda pług, bo musi zrealizować program, odpowiednie tematy wpisać w kratki dziennika – rozliczany jest przecież ze sprawozdawczości, a nie z tego, że pomógł coś komuś zrozumieć.

A później dochodzi szajba egzaminacyjna i wpajanie uczniom przekonania, że zrozumienie literatury polega na ujęciu jej w gotowe formułki, zgrabne streszczenia, nie budzące wątpliwości problematyzacje oraz interpretacje zgodne z kluczem. Tymczasem wartość młodzieńczej lektury na tym właśnie polega, że jest chaotyczna, żywiołowa, pozostawia w głowie mętlik, a czasem pustkę, mnóstwo kłębiących się pytań, których nie da się uchwycić, a tym bardziej znaleźć dla nich odpowiedzi. Więc w gimnazjum, w liceum kolejny komunikat: trzeba się trzymać jak najdalej od książki, bo tego nikt nie zrozumie, a jeśli zrozumie, to źle. Bardzo wielu uczniów kończy więc szkołę z idiosynkrazją czytelniczą, której w dorosłym życiu nie ma ani chęci, ani potrzeby przełamywać. Ci ludzie nie będą czytać. Z całą pewnością nie dla przyjemności, nie z potrzeby serca. Jeśli tylko będą mogli, będą próbowali uniknąć czytania większych tekstów fachowych.

A PRZECIEŻ MOŻNA...

A przecież możemy sobie wyobrazić szkołę, w której czytanie jest nie tyle przykrym obowiązkiem, lecz świetnym sposobem spędzania czasu. Również dla tych dzieci, które nie mogą liczyć na pomoc rodziców, a cały wolny czas spędzają przed komputerem lub telewizorem nastawionym na idiotyczne programy. Szkołę, w której do czytania książek wdraża się ludzi bez gwałtu i rzucania na zbyt głęboką wodę. W której czyta się książki wspólnie i dużo rozmawia o tym, co się przeczytało. Rozmawia się, dopóki są chęci i potrzeba, a nie dopóki nie skończy się przeznaczona na to godzina. W której uczniowie mogą od czasu do czasu sami proponować lekturę. Szkołę, która u wybitnych pisarzy zamawia utwory pisane językiem dostępnym dla swoich wychowanków i opowiadające o sprawach, które mogą ich zainteresować (tak! bywało tak i w Polsce przedwojennej, i w powojennej!). Szkołę prowadzoną przez państwo, które na tyle ufa w patriotyzm i potrzebę pogłębiania narodowej tożsamości swoich obywateli, że uwierzy, iż prędzej czy później sami sięgną po naszą najwybitniejszą literaturę,

nawet jeśli się ich do tego administracyjnie nie przymusi. Możemy wyobrazić sobie państwo, które nie boi się wykształcić czytelników, których duch dąży kędy chce, a nie ścieżką wystandaryzowaną i wytyczoną przez egzamin. Możemy wyobrazić sobie państwo, które wspiera także czytelnicze aspiracje ludzi dorosłych, w których nagle, choć dotąd tłamszone, wybujały duchowe potrzeby.

Przecież, w końcu, możemy wyobrazić sobie społeczeństwo, w którym z równą radością czyta każdy to, co lubi, każdy w swoim tempie i po swojemu rozumiejąc – uniwersytecka profesorka i kierowca autobusu, lekarz i kasjerka z hipermarketu. Czyta, bo lubi, a nie dlatego, że chce kogoś wypędzić z łóżka czy z towarzystwa.

Autor: Jarosław Górski

Źródło: [Nowy Obywatel](#)

O AUTORZE

Jarosław Górski (ur. 1970) – polonista, nauczyciel i dziennikarz. Napisał kilkaset artykułów publicystycznych i popularyzujących różne dziedziny sztuki, wydał książkę eseistyczną „Męska rzecz” (o literackich obrazach męskości) oraz powieść obyczajową „Wersje”. Mieszka w Warszawie.