LEESBEVORDERING IN EEN VERANDERENDE LEESCULTUUR

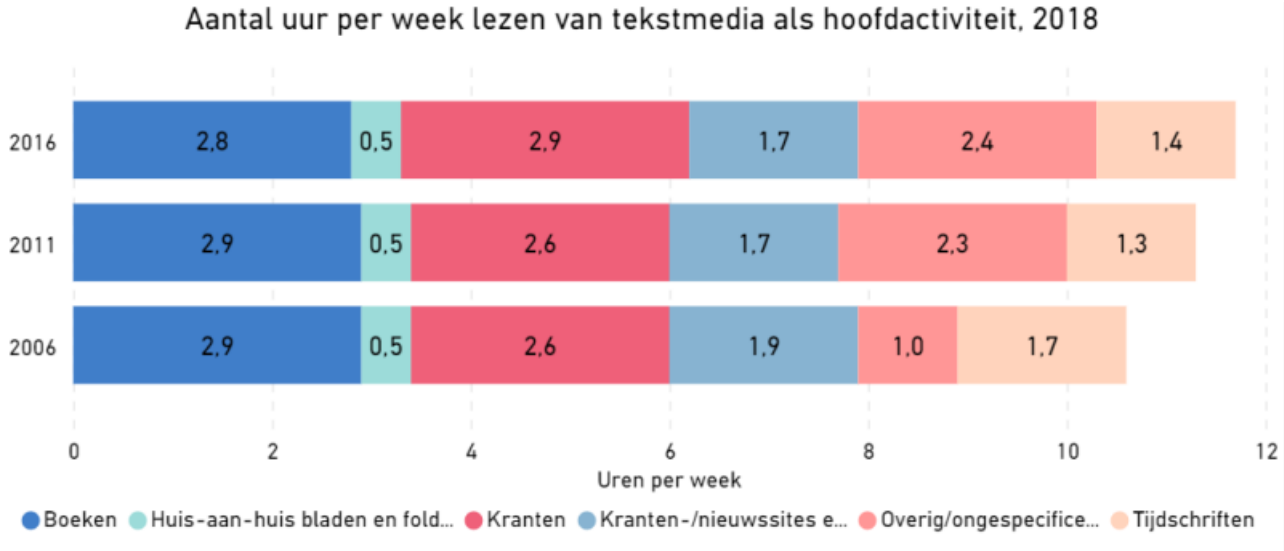
Onderzoeksartikel

Laatst bijgewerkt: 5 oktober 2018

Steeds minder mensen lezen. Met name het percentage jeugdlezers daalt. Hoewel de meeste lezers de voorkeur houden voor papier, is ook digitaal lezen in opkomst. Het boek wordt ook via nieuwe wegen gepromoot, zoals via literaire festivals en vlogs. Zo ontstaan ook nieuwe vormen van literatuur, die niet per se het boek als drager hebben. De grens tussen schrijver en lezer vervaagt. Het collectie- en programma-aanbod van de bibliotheek speelt in op deze ontwikkelingen.

Steeds minder lezers

In de afgelopen jaren is de leestijd van Nederlanders steeds verder gedaald, blijkt uit een recente studie van het Sociaal en Cultureel Planbureau. Die daling komt doordat minder personen zijn gaan lezen, niet doordat Nederlanders minder zijn gaan lezen. Bovendien komt de daling vooral terug in de terugloop van het aantal kranten- en tijdschriftenlezers. Het aandeel lezers van boeken stabiliseerde in 2016, na een daling tussen 2006 en 2011. De tijd die lezers aan lezen besteden is in de loop van de jaren iets gestegen, van 10,6 uur per week in 2006 tot 11,7 uur in 2016 (Wennekers et al., 2018).



Wennekers et al., 2018.

Vooral minder lezende jongeren

Wat opvalt, is dat de daling van het percentage lezers vooral sterk is onder tieners en jongvolwassenen. Bij de tieners is het aandeel lezers iets meer dan 50%, terwijl vrijwel 100% van alle 65-plussers leest. Het wel of niet lezen is niet afhankelijk van het geslacht; wel zijn vrouwen meer boeken- en

tijdschriftenlezers en mannen meer kranten en onlinelezers. Bovendien is het aandeel lezers onder laagopgeleiden hoger dan onder middelbaar opgeleiden. Zij lezen minder tijdschriften en kranten maar lezen wel meer online (Wennekers et al., 2018).

Definitie van lezen

Het Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP) geeft in haar rapport Lees:Tijd de volgende definitie van lezen: ‘Onder lezen verstaan we in dit rapport allereerst het lezen van de traditionele tekstmedia: boeken, kranten, tijdschriften, huis-aan-huisbladen en overige (o.a. folders). Naast de oorspronkelijke, gedrukte vorm worden ook de digitale varianten van deze tekstmedia meegenomen. Ten tweede rekenen we onder lezen het gebruik van hedendaagse tekstmedia die alleen via een scherm geraadpleegd kunnen worden: teletekst en born-digital nieuwssites en -apps en andere specifieke informatie op internet. De meting van de totale leestijd betreft de tijd die aan het lezen van zowel papier als scherm is besteed’ (Wennekers et al., 2018).

Papier nog steeds dominant

Langzaamaan wint digitaal lezen terrein ten opzichte van het lezen vanaf papier. Van de 50 minuten die Nederlanders gemiddeld op een dag in 2015 lazen, las men 31 minuten van papier. Dit was in 2013 nog 36 minuten. Met name het lezen van tijdschriften gebeurt nog vrijwel altijd van papier. Lezen van het scherm betreft vooral media zonder alternatief op papier, zoals teletekst, nieuwssites en allerlei apps. Het aantal e-bookuitleningen bij bibliotheken verdubbelde in 2016 bijna ten opzichte van 2015. Het zijn vooral oudere lezers (65+) die meer van papier lezen, terwijl tieners en lezers tussen 20 en 34 jaar meer van het scherm lezen. De leeftijdsgroep daartussenin combineert het lezen van papier en van een scherm (Wennekers et al., 2018).

Online community’s en boekpromotie

Met de sluiting van bibliotheekvestigingen en boekwinkels verdwijnen ook traditionele fysieke plekken voor leespromotie. Tegelijkertijd treedt een verschuiving op naar nieuwe plekken en evenementen, zoals festivals, pop-upevents, *poetry slams* en schrijf- en voorleeswedstrijden. Via sociale media, literaire festivals en schrijversavonden staan schrijvers in direct contact met hun lezers en creëren ze hun eigen schare aan volgers. Verder is er een bloeiende cultuur van online community’s zoals Hebban, die hun eigen boekenvlogs, *challenges* en evenementen creëren en organiseren. Ook leven vooral jongere lezers zich uit in zogenoemde fan-fiction op websites als www.fanfiction.net of www.wattpad.com, waar ze het resultaat direct kunnen delen. Dergelijke online toepassingen maken lezen tot een sociale bezigheid.

Nieuwe vormen van literatuur door digitale media

De beschikbaarheid van online gereedschappen leidt tot experimenten met nieuwe vormen van online verhalen vertellen. Voorbeelden zijn een roman verpakt als game of app, literaire podcasts en virtuele poëzie. Het boek is niet langer de enige of belangrijkste drager van een verhaal: series, spin-offs en verhaallijnen zijn naar keuze te volgen via verschillende media. De lezer kan navigeren door deze verhalen, maar ook zelf elementen toevoegen of de dialoog aangaan met de makers en met andere

lezers. Een scan van innovatieprojecten in het digitale literaire domein laat zien dat er vooral vernieuwing plaatsvindt via smartphones. De lezer krijgt daarbij steeds vaker invloed op het verloop van het verhaal. Hierdoor vervaagt de grens tussen auteur en lezer (Dresser et al., 2017). Ook voeren schrijvers experimenten uit waarbij ze technologie laten ingrijpen op het schrijfproces en de uiteindelijke tekst. Ook worden verschillende media met elkaar gecombineerd.

Lezers worden auteur

De beschikbaarheid van digitale media maakt het eenvoudiger om zelf auteur te worden en een boek uit te geven. Wie een boek wil publiceren, hoeft niet te wachten op een uitgever, maar kan dat zelf doen via *self-publishing* (Cultuurindex.nl, 2016). Uitgevers passen hun dienstenmodel daarop aan en bieden bijvoorbeeld begeleiding en redactie voor wie zelf wil publiceren.

Leesbevordering kerntaak bibliotheken

Het stimuleren van leesplezier en mensen laten kennismaken met literatuur zijn kerntaken van de bibliotheek. Dat begint aan de basis: bij de ouders van heel jonge kinderen die voorlezen en boeken in huis halen. Bibliotheken werken samen met onderwijs, partners uit de Leescoalitie en het boekenvak aan een geletterde samenleving. Zij dragen bij aan het voorkomen en bestrijden van leesachterstand bij kinderen en laaggeletterdheid bij volwassenen. De doorgaande leeslijn begint bij BoekStart en loopt via de Bibliotheek op school naar het primair en voortgezet onderwijs, door naar het mbo en de pabo.

Andere media

Lezers vormen het grootste deel van het trouwe bibliotheekpubliek. Zij zijn de kurk waarop het lidmaatschapsmodel drijft. Ook nu de nadruk verschuift naar andere media en nieuwe vormen van geletterdheid, blijft lezen een kernvaardigheid die aan de basis ligt van een kritische omgang met informatie. Bibliotheken spelen in op die veranderingen in leesgedrag, bijvoorbeeld door het aanbieden van e-books en luisterboeken in de digitale bibliotheek en met campagnes zoals de Vakantiebieb. Via de digitale bibliotheek kunnen mensen ervoor kiezen om e-books te lenen of luisteren in combinatie met een lidmaatschap van de lokale bibliotheek, of om alleen digitaal te lenen (*digital only*).

Werken aan een geletterde samenleving

Bibliotheken werken samen met partners aan een geletterde samenleving. Zij doen dit door het voorkomen en bestrijden van leesachterstand bij kinderen en laaggeletterdheid bij volwassenen. Ook stimuleren zij het leesplezier. Dit is een belangrijke voorwaarde voor leesgedrag en leesvaardigheid: er is dan sprake van een ‘opwaartse spiraal’ (o.a. Nielen en Bus, 2016). Het is een kerntaak van de bibliotheek bij te dragen aan leesplezier en smaakontwikkeling. Het inzetten op leesbevordering begint al bij de ouders en verzorgers van heel jonge kinderen. Via BoekStart naar de Bibliotheek *op school* in het primair onderwijs (sinds 2008) en het voortgezet onderwijs (sinds 2014) zet de bibliotheek een doorgaande leeslijn in.

Collectie en activiteiten dragen bij aan leesplezier

Voor jeugd en volwassenen heeft de bibliotheek een actuele collectie, die zoveel mogelijk is afgestemd op de wensen van het publiek. Daarnaast biedt de bibliotheek programma’s en activiteiten zoals

workshops en campagnes, lezingen, voorleesuurtjes en faciliteiten voor leesclubs. Bibliotheken voeren de activiteiten vaak uit in nauwe samenwerking met andere partners, zoals de Leescoalitie en het Boekenvak.

De Leescoalitie

De Leescoalitie bestaat uit Stichting Lezen (voorzitter), de Stichting Collectieve Propaganda van het Nederlandse Boek, Stichting Lezen & Schrijven, het Literatuurmuseum/Kinderboekenmuseum en de bibliotheken (de KB en de Vereniging Openbare Bibliotheken). De leden van de Leescoalitie werken complementair; elke afzonderlijke organisatie legt een accent dat in lijn is met de eigen doelstellingen. Doel is laaggeletterdheid terug te dringen en mensen te stimuleren literatuur te lezen. Naast hun eigen activiteiten voeren de deelnemers van de Leescoalitie jaarlijks één gemeenschappelijk programma uit. Deze gezamenlijke campagne sluit aan bij de ambitie van de Leescoalitie dat in 2025 geen enkel kind de school verlaat met een leesachterstand en dat alle volwassenen geletterd zijn of bezig zijn dat te worden. In het verleden realiseerde de Leescoalitie onder meer de campagnes Jaar van het Voorlezen (2013), Vaders Voor Lezen (2014 en 2015) en het Jaar van het Boek (2016). In januari 2018 is de campagne Lees met andermans ogen gestart, die aanmoedigt het boek te zien als een manier om toegang te krijgen andermans leefwereld.

Bronnen

- Boekmanstichting (2016). *Amateurschrijvers en self-publishers. Een blik op de cijfers*.
- De Bibliotheek *op school* (2017). *Pabo-pilots de Bibliotheek op school van start*. Geraadpleegd op 26-4-2018.
- Dresser, P., Hooft, N. ‘t & O’Hare, E. (2017). *Digitale literatuur. Scan van innovatieprojecten*. Amsterdam: KVB Boekwerk & Nederlands Letterenfonds.
- Leesmonitor (2018). *Opbrengsten*. Geraadpleegd op 26-4-2018.
- Nielen, M. & Bus, A. (2016). *Onwillige lezers. Onderzoek naar redenen en oplossingen*. Delft: Eburon.
- Wennekers, A., Huyskens, F. & Haan, J. de (2018). *Lees:Tijd. Lezen in Nederland*. Den Haag: Sociaal Cultureel Planbureau (SCP).