

Zeitschrift: Arbido
Herausgeber: Verein Schweizerischer Archivarinnen und Archivare; Bibliothek Information Schweiz
Band: - (2011)
Heft: 4: Kommunizieren wir! = Communiquons! = Comunichiamo!

Artikel: Nati per leggere : dal Ticino al resto della Svizzera
Autor: Dotta, Orazio
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-770193>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 18.03.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

attualmente in 14 lingue – spiegando il progetto e son leitmotiv est distribué par les relais du projet (maternités, bibliothèques, centre de puériculture).

Deux livres d'images colorés donnent une nouvelle impulsion au contenu. La brochure des parents, quant à elle, a été enrichie d'un texte d'introduction permettant de mieux faire comprendre ce projet, c'est-à-dire sensibiliser les familles et leurs jeunes enfants au développement précoce du langage.

Les coûts de production du coffret, d'envoi et de gestion avoisinent les 500 000 francs par année.

Le rôle des bibliothèques

Les bibliothèques jouent un rôle de plus en plus important dans le projet. 250 bibliothécaires ont été formés comme médiateurs de livres pour la toute petite enfance grâce à des formations CLP. 40 bibliothèques de Suisse romande organisent de ce fait au moins une fois par mois des animations Nè pour lire, des accueils assez brefs (1 heure en moyenne) dédiés à ce public, généralement en dehors des heures d'ouverture habituelles.

Le succès de ces animations ne s'est pas fait attendre, et les bibliothèques qui se sont lancées dans ces accueils témoignent de manière unanime qu'elles touchent maintenant une nouvelle catégorie de population, pour la plupart des jeunes adultes prêts à redevenir lecteur dans leur nouveau cadre familial.

Toutefois, les bibliothèques pourraient encore améliorer leur emprise sur le terrain. Par exemple en prenant contact avec une des 13 maternités publiques qui distribuent le coffret pour tisser des liens entre les nouveaux parents et leur institution. Actuellement, seule l'invitation figurant dans la brochure «parents» du coffret les sensibilise. On pourrait imaginer que les bibliothécaires fassent insérer un papillon sur leur établissement par le personnel hospitalier.

Et les librairies?

En été 2010 le projet s'est enrichi d'une nouvelle branche. Les librairies ont développé une extension pour les familles, qui élargit les possibilités de Nè pour lire. Le Club Nè pour lire dont peuvent

faire partie toutes les familles qui le souhaitent publie trois sélections de 10 livres par année destinés au jeune public de 0 à 6 ans. Ces livres sont labellisés sur les rayons jeunesse de plus de 30 librairies romandes, et un rabais de 10% est accordé sur ces titres.

Un mot sur l'avenir

Il reste à créer un lien fort entre les professionnels transmettant le message du projet et les familles. Le développement précoce du langage chez l'enfant nécessite un engagement constant et doit toucher les familles qui en ont vraiment besoin: les familles allophones, celles qui ne fréquentent pas les bibliothèques ou les librairies, et celles dans lesquelles le livre reste souvent absent. Pour toutes ces familles, un relais avec les centres de puériculture, les lieux de vie de la petite enfance, avec les instances officielles fédérales, cantonales ou communales pour les questions relatives aux migrants ou de protection de la jeunesse doit être établi. Et un soutien financier des mêmes partenaires devrait être prévu tant il touche le cœur de notre société.

Nati per leggere: dal Ticino al resto della Svizzera

Orazio Dotta, direttore Bibliomedia Biasca

Nel nostro Paese Nati per leggere (NPL) ha mosso i primi passi nel 2006, quando con pochi mezzi a disposizione Bibliomedia Svizzera italiana, con il sostegno di Media e Ragazzi Ticino e

Grigioni italiano, ha lanciato un primo progetto pilota in Ticino. L'iniziativa, finalizzata a rendere la lettura un'attività quotidiana nelle famiglie con bambini da 0 a 6 anni, è andata a coprire uno spazio totalmente libero nella promozione della lettura: quello della prima infanzia, fino allora pressoché trascura-

to forse per un'immotivata paura ad anticipare contenuti didattici ritenuti da sempre appannaggio della scuola. NPL ha sicuramente contribuito a cambiare tale visione, dimostrando con studi scientifici gli indubbi vantaggi che l'approccio al libro e alla lettura sin dai primi mesi di vita comporta. NPL tende a sensibilizzare l'adulto sulle molteplici opportunità che l'oggetto libro può offrire ai bambini piccoli; opportunità che influenzano positivamente la sfera affettiva e cognitiva soddisfacendo quell'impulso innato nei bambini di voler apprendere, scoprire e creare una propria immagine del mondo. Agire nella fascia d'età prescolare aumenta esponenzialmente le possibilità di crescita dell'individuo in un momento in cui lo sviluppo del cervello è al massimo della sua operatività, e crea una sorta di imprinting verso la lettura che si spera durevole nel tempo.



Nel 2008, grazie all'impegno finanziario messo in campo dalla Fondazione Bibliomedia, questo primo tentativo ticinese è diventato un progetto nazionale. Così facendo si sono potuti sviluppare alcuni strumenti informativi comuni alle tre regioni linguistiche come, ad esempio, il sito internet, il pacchetto regalo distribuito alle famiglie in cui si registra una nuova nascita o il pieghevole informativo multilingue. Le modalità d'intervento sul territorio si sono per contro sviluppate con leggere differenze da una regione all'altra, nel pieno rispetto dei bisogni delle singole realtà.

Nella parte italoфона della Svizzera si è creata, con il passare del tempo, una

rete capillare di collaborazioni composta da 35 biblioteche per ragazzi, 20 pediatri e 105 comuni su un totale di 178. Il loro ruolo è complementare: le biblioteche hanno creato spazi dedicati alla letteratura per ragazzi in età prescolare e promuovono eventi di animazione alla lettura relativi a NPL; i pediatri informano le famiglie sull'importanza della lettura sin dai primi mesi di vita, seguono in questo contesto l'evoluzione dei bambini e dispongono in alcuni casi di piccole biblioteche; i comuni distribuiscono il pacchetto regalo (tre libri in regalo), e un opuscolo informativo di 23 pagine dal titolo «Crescere con i libri» (4500 in tre anni). Quest'ultima pubblicazione, a disposizione anche dei

pediatri, contiene consigli, approfondimenti e bibliografie che chiariscono le finalità del progetto.

Bibliomedia e Media e Ragazzi offrono inoltre incontri di formazione, conferenze e corsi rivolti sia agli operatori del settore, sia alle famiglie. Dal 2007 ad oggi sono 21 gli eventi proposti.

Il progetto gode di un'attenzione mediatica importante a testimonianza del valore dell'iniziativa e della serietà con cui è portata avanti.

Médias sociaux: l'expérience de Bibliothèque et Archives nationales du Québec (BANQ)

Dominique Héту, directrice des communications et des relations publiques, Bibliothèque et Archives nationales du Québec

L'omniprésence des médias sociaux est indéniable. Qu'on en soit adepte ou pas, ils font désormais partie non seulement de notre quotidien mais aussi de la grande majorité des stratégies de communication commerciales et institutionnelles.

Les médias sociaux au Canada et au Québec

Selon une étude menée par le *Consortium canadien de recherche sur les médias*¹, les réseaux sociaux transforment la façon dont les Canadiens se tiennent informés. Les principaux résultats de cette étude montrent que:

- plus de la moitié des Canadiens qui font usage des médias sociaux croient qu'ils ont accès à un champ d'information plus large que s'ils se limitaient aux médias classiques;
- un Canadien sur trois (un sur deux chez les plus jeunes adultes) estime que les médias sociaux sont une source d'information;

– les Canadiens qui font usage des médias sociaux sont deux fois plus susceptibles d'avoir accès aux nouvelles par leur réseau d'amis ou par leur réseau familial que par l'entremise d'organisations ou de journalistes.

Dans une étude intitulée «*NETendances 2011 – L'engouement pour les médias sociaux au Québec*», le CEFRIO², un organisme québécois qui a pour but de faciliter la recherche et l'innovation dans les organisations à l'aide des technologies de l'information et de la communication, soutient qu'un peu plus d'un internaute québécois sur deux entretient un profil ou interagit avec d'autres internautes grâce aux médias sociaux. De plus, un tiers des internautes québécois ont déjà «suivi» une organisation, une marque, une entreprise, un organisme ou un ministère (par exemple sur Facebook, Twitter ou une autre plateforme). Cette proportion dépasse les 40% chez les 25 à 34 ans.

Par ailleurs, selon un article publié sur le blogue *TechCrunch* en mai 2011, le bouton «J'aime» est utilisé plus de 50 millions de fois par jour sur les pages

Facebook d'entreprises et d'organisations diverses.

Les bibliothèques, les archives nationales et, de façon beaucoup plus large, les institutions culturelles de toute nature sont très présentes dans les médias sociaux. Plusieurs d'entre elles sont très actives en y animant des communautés virtuelles florissantes.

La décision de Bibliothèque et Archives nationales du Québec (BANQ) de faire son entrée et de devenir active dans la sphère du Web 2.0 est issue de sa volonté d'optimiser sa visibilité et l'exposition du public à son offre culturelle. Il est apparu que cela contribuerait grandement à moderniser son image et à promouvoir ses offres de contenus. Au-delà de l'amélioration de la notoriété institutionnelle, cette présence devait permettre d'entreprendre un dialogue avec les usagers et avec le grand public et, au final, de se rapprocher de ses utilisateurs.

En raison de l'interaction et de la rétroaction immédiate permises par les médias sociaux, l'objectif consistait également à créer une communauté virtuelle qui grandirait par le truche-