

# «ВНЕКЛАСНОЕ ЧТЕНИЕ» ДЛЯ РОДИТЕЛЕЙ

АГЕНТСТВО: LEO BURNETT MOSCOW, ПРИЗ: «ЗОЛОТО» В MEDIA CAMPAIGNS, GOLDEN DRUM 2008

08 > В Москве за первую неделю было расклеено 400 подобных указателей

09—13 > Если исключить книжки, то что могут читать дети? Объявления, вывески, граффити... Все это написано странным языком, с множеством ошибок и нецензурной лексикой. Именно такие надписи составили «Хрестоматию», бесплатно раздававшуюся родителям с призывом научить своих детей читать литературу!

Что читают дети? Таким вопросом задались крейторы агентства Leo Burnett Moscow перед тем, как начать разрабатывать кампанию в защиту книг и чтения литературы с большой буквы. Итогом их работы стала «Хрестоматия по внеклассному чтению для родителей», где собраны не лучшие примеры выражений на русском языке.

## Ситуация

В последние годы российские издательства почувствовали большой спад продаж книг и другой печатной продукции. Рынок растет исключительно за счет повышения цен. Люди начали активно скачивать и читать литературу в Интернете, это быстрее, чем искать нужную книгу на полках магазинов. И к тому же дешевле.

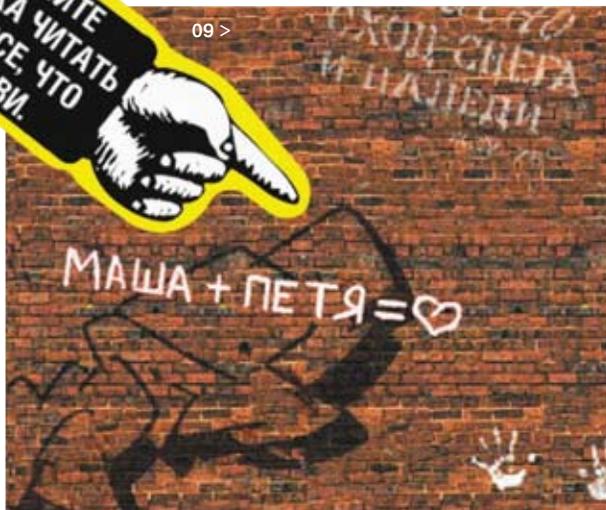
Кампания «Детское чтение» в первую очередь должна была обратиться к родителям, чьи дети с самого начала учатся читать не книжки, а электронные носители и объявления на улицах. Она была придумана и разработана агентством Leo Burnett Moscow для Объединенного гуманитарного издательства (ОГИ).

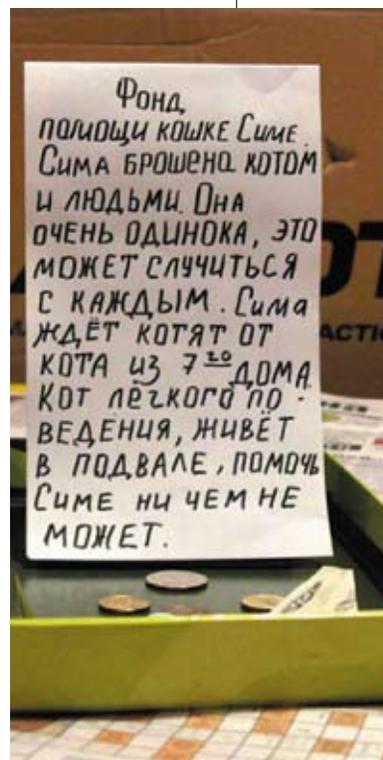
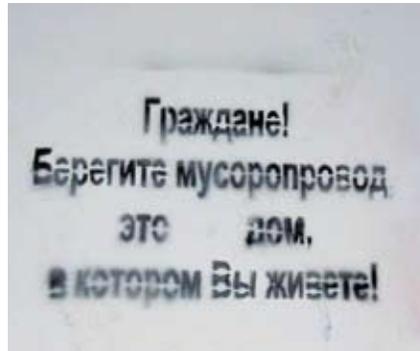
## Креативное решение

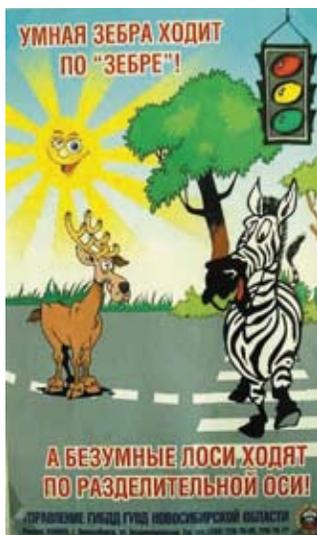
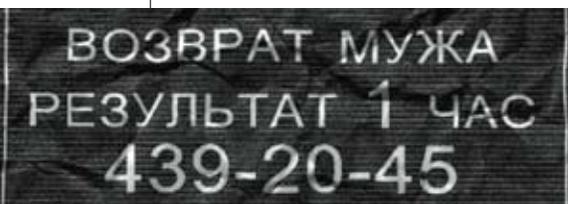
Основой социального проекта «Детское чтение» стала «Хрестоматия по внеклассному чтению для родителей, которые ленятся учить детей читать книги», она была вы-



08 >







В сборнике весь языковой трэш поделен по классическим литературным жанрам: реализм, романтизм, научная фантастика, детектив... Вот несколько страничек народного творчества из «Хрестоматии внеклассного чтения», собранной агентством

пущена тиражом 3000 экземпляров и бесплатно раздавалась на июньском Московском международном книжном фестивале 2008 года. В хрестоматию авторы поместили найденные в Интернете (например, на сайте «Студии Артемия Лебедева») фотографии смешных и грубых надписей на зданиях, вывесок и объявлений, а в послесловии указали: «Если родители не привьют ребенку любовь к книгам, то круг его чтения будет ограничен произведениями, представленными в сборнике».

В сборнике весь этот языковой трэш поделен по классическим литературным жанрам. В разделе «Реализм» читаем: «Внимание: стойте в этом углу тогда лифт при движении вниз — греметь не будет» (пунктуация сохранена).

В «Научной фантастике» помещена вывеска: «Похоронный супермаркет» или «Распаковать по инструкции. Инструкция под крышкой».

В продолжение кампании уже осенью ОГИ и Leo Burnett Moscow сделали стикеры в виде указателя с надписью: «Если вы не научите ребенка любить книги, то это все, что он будет читать». Волонтеры клеили такие стикеры рядом с «шедеврами» народного творчества на стенах и заборах. Появились баннеры и в Интернете.

## Результат

В три раза повысилась посещаемость сайта ОГИ. Хрестоматия понравилась практически всем, кто ее получил на выставке, и родители сразу же начинали ее читать вместе с детьми. Поэтому на сайте помещена теперь и электронная версия.

Что касается стикеров, то, по данным Leo Burnett Moscow, в Москве за первую неделю было расклеено 400 подобных указателей. Об акции написали все ведущие российские газеты, а также информационные порталы.

И наконец, в ОГИ верят, что акция напомнит о необходимости читать детям настоящие книги и это привьет им любовь к литературе. ®