



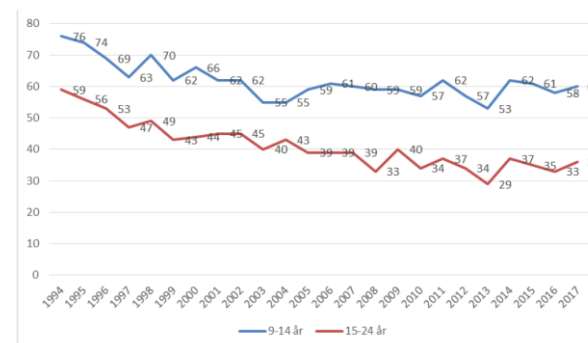
Res i en ny dimension!

Problematik

Läsning i Sverige har sedan mitten av 90-talet minskat avsevärt. Minskningen spås enligt studier bero på en växande konkurrens av mer lättkonsumerade medier såsom rörlig bild, spel och ljud. I det allt mer digitaliserade samhälle med högt tempo påverkas människans sätt att ta del av nöje och kultur, där prioritering att koppla bort och sjunka ner i en fysisk bok blivit allt mindre.

År 1999 presenterade Barnbarometern avsevärt låga siffror av läsning för barn bland småbarnsföräldrar, vilket lade grund för etableringen av den ideella föreningen Läsrörelsen. Vid denna tidpunkt visade även 25% av alla vuxna svenska ha en bristande läs och skrivförmåga där uppföljande studier visade att 20% av unga vuxna (18-25 år) inte kom upp i den läs och skrivförmåga som krävs vid examination av obligatorisk skolgång. Resultaten har fortsatt vara låga och år 2012s låga PISA-resultat var oroväckande. 2014 var siffrorna av läsning som allra lägst bland de yngre, vilket initierat ett flertal läskampanjer, exempelvis *Läslov*, *Plats för barn!* och *BERÄTTA, LEKA, LÄSA* utförda bland annat av Läsrörelsen.

Dagens unga fortsätter uppvisa en försämrad stavning och språkkunskap i jämförelse till tidigare generationer, vilket är oroväckande då litteratur och språk är väsentliga delar för unga att kunna ta del av demokratin, vara samhällsuppdaterade likväl klara av studier. För att förbättra kunskapen krävs djupare läsning än den frekvent återkommande läsningen av korta texter vi i dagsläget utför.



Fr.o.m. 2006 räknas ljudböcker & e-böcker med i bokläsningen. Källa: Mediebarometern.

Res i en ny dimension!

Presenteras i samarbete med Läsrörelsen med grund i att deras tidigare utföra läsfrämjande kampanjer. *Res i en ny dimension!* är en läsfrämjande kampanj som möter sin målgrupp i kollektivtrafiken. Där framtagna logga är en kombination av det avsändande företaget, (Läsrörelsen) och det verkställande (Svensk Kollektivtrafik). Kampanjen utnyttjar situationer i vardagen som tidigare spenderats tittandes i en skärm eller uttittandes genom ett fönster, där den genom fysisk förändring av miljöer uppmuntrar och bidrar till mer läsning.

Målgrupp

Med anledning att barn och unga i stor mån tar efter beteende som vuxna i deras omgivning har så riktar sig kampanjen till både unga som gamla. *Res i en ny dimension!* erbjuder två novellserier; en anpassad för barn och en för vuxna vilket ger hela befolkningen möjlighet att ta del av kampanjen. Serien kommer uppdateras två gånger i veckan för att öka intresset att hänga med i berättelsen.

LÄSRÖRELSEN

Innehåll

Kampanjen består av en serie noveller som i printad form nås via flyers på transportmedlen, eller digitalt via en QR-kod på affischer i busskurer alternativt på transportmedlen.

Nu gör vi det lättare att läsa på resan!



LÄSRÖRELSEN 

Inget att göra på bussen?

Ta en tidning eller skanna QR-koden och börja läs vår följetång idag.



kapitel 1



Skanna QR-koden och börja läs vår följetång idag.



5:28

AA

läsörelsen.se/kn

Vuxna

kapitel 2

kapitel 3

Barn

kapitel 6

kapitel 7

5:28

AA

läsörelsen.se/kn

Det lat som en kvinnas skrik, ljust och panikartat. Det var ljudet av tåget som abrupt bromsade in mitt i skogen i ingenmansland. Tåget hade gått från Stockholm med slutstation Luleå, men det stannade inte vid en station. Karin ryckte till av det plötsliga ljudet men reagerade inte på det faktum att tåget stannat. Det är vanligt med signalfel eller obehöriga på spåret så det är klart att passagerarnas första tanke drogs till terrordåd.

I Stockholm rädde panik över det oväntade elavbrottet. Det hade slagit huvudstaden en timme innan det ovetande passagerarna på Tåg 94 till Luleå och inte ens mobilnätet fungerade. De som hade eldrivna bilar stod strandade vid sidan av vägen och försökte lifta med främmande volvochaufförer eller frenetiskt försökt få mobilen att starta

14