

READ HOUR FAQ

Miksi Read Hour -kampanja järjestetään?

Suomalaisten nuorten lukutaito on romahtanut samalla kun lukemiseen käytetty aika on puolittunut. Sen vaikutus näkyy esimerkiksi syrjäytymisenä ja toisen asteen keskeyttämisenä. Lukemisella on paljon myönteisiä vaikutuksia niin yksilölle kuin yhteiskunnalle. Ilman lukemista tarinamme loppuu lyhyeen. Siksi Lasten ja nuorten säätiö yhdessä media- ja viestintäalan toimijoiden kanssa haluaa näyttää esimerkkiä lukemisen tärkeydestä ja innostaa suomalaiset lukemaan haastamalla koko Suomen lukemaan tunniksi 8.9.2019 klo 19.

Mikä tekee kampanjasta erityisen?

Erityisen ainutlaatuisen kampanjasta tekee Suomessa laajamittainen yhteistyö kilpailevien konsernien ja yritysten välillä. Kampanjan taustalla on YK:n ja maailman kuuden suurimman markkinointikonsernin perustama Little x Little -hanke, jonka tavoitteena oli aktivoida nuoria toimimaan kestävän kehityksen tavoitteiden parissa. Tempaus sai runsaasti kiitosta ja positiivista huomiota sekä YK:n Global Leadership -palkinnon. Read Hour -kampanja onnistuu yhdistämään paitsi kilpailevien yritysten intressejä, myös erilaisia lukutaitokampanjoita. Kampanjan sanomaa on viemässä eteenpäin yli 60 julkisuudesta tuttua vaikuttajaa. Read Hour -kampanjaa suojelee presidentti Sauli Niinistö.

Miksi kampanjan nimi on englanniksi?

Nimi viittaa Earth Houriin, joka idean kaikki jo tietävät: tunnin ajan tapahtuu jotain erityistä. Kampanjan nimi Read Hour on englanniksi, koska haluamme levittää lukemisen arvostamisen kulttuuria ja laajentaa kampanjaa jatkossa ympäri maailmaa. Lukutaito ei kosketa vain suomalaisia: mitä enemmän ihmiset lukevat, sitä enemmän se levittää sivistystä, ymmärrystä ja inhimillisyyttä ihmisten ja kansojen välillä. Suomi voi tällä kampanjalla toimia esimerkkinä muulle maailmalle.

Miksi kampanja haastaa suomalaiset lukemaan juuri tunniksi?

Tunti on aika, joka menee helposti vaikka kännykän selailuun. Tunnissa on kuitenkin mahdollista uppoutua kunnolla ja koukuttua kiehtovaan tarinaan niin, että se sytyttää kipinän lukea lisää.

Mitä hyötyä Lasten ja nuorten säätiö tekee?

Lasten ja nuorten säätiön tavoite on, että jokainen nuori kokee elämänsä merkitykselliseksi. Keskitymme työssämme nuorten osaamisen, yhteenkuuluvuuden tunteen sekä tulevaisuususkon vahvistamiseen. Käytämme toiminnassamme luovia ja innostavia menetelmiä ja rakennamme työmme monitieteisen tutkimustiedon varaan. Teemme tulevaisuusorientoitunutta nuorisotyötä ja vaikutamme yhteiskunnassa yhdessä laajan kumppaniverkostomme kanssa. Vuosittain toiminnassamme on mukana noin 20 000 nuorta ympäri Suomen. Toiminnasta voi lukea lisää osoitteesta www.nuori.fi.

Miksi pyydätte lahjoituksia Lasten ja nuorten säätiölle?

Työmme ei olisi mahdollista ilman lahjoituksia, ja pienikin lahjoitus on tärkeä. Read Hour on Lasten ja nuorten säätiön koordinoima, säätiön ja media- ja viestintäalan yhteistyöprojekti. Lahjoittamalla tuet työtämme nuorten parissa. Kaikki kampanjan aikana kerätyt varat käytetään Lasten ja nuorten säätiön toiminnan tukemiseen. Lahjoituksellasi nuoret pääsevät esimerkiksi osallistumaan Sanoita parempi maailma -lukutaitotyöpajoihin, kuulevat Dreams-ohjelmassa lukuintoa vahvistavien esikuvien kouluvierailuja ja saavat mahdollisuuden oppia suomen kieltä Sirkuksesta siivet elämään -hankkeessa. Lahjoittamalla olet mukana mahdollistamassa Read Hour -kampanjan jatkon myös ensi vuonna.

Keitä kampanjassa on mukana?

Kampanja on kaikille! Kuka vain voi pysähtyä lukemaan Read Hourina 8.9. klo 19.

Kampanjan ideoinnissa olivat mukana A-lehdet, Aller Media, Alma Media, Bauer Media, Cocoa, Dentsu Aegis, Google Finland, Monochrome, Otavamedia, Sanoma ja SEK. Kampanjan toteutuksessa ovat mukana lisäksi Aikakausmedia, IAB, Into-Digital, Isobar, Medialiitto, Mediateko Oy, Meltwater, Sanomalehtien liitto, Yle, opetushallituksen Lukuliike ja valtioneuvoston kanslian kestävän kehityksen toimikunta. Kampanjaa tukevat myös: Aku Ankka, BookBeat, Deloitte, EndemolShine, Familjen G.J. Ehrnroots stiftelse, Förlaget, JHL, Journalistiliitto, Kauppakeskus Forum, Kauppakeskus Hansakortteli, Kauppakeskus Koskikeskus, Keskisuomalainen, Keskustakirjasto Oodi, Lukukeskus McDonald's, Moomin Characters, ProCom, SOK, Suomen Kirjastoseura, Storytel, THL, Tieto, UPM, VMP ja WSOY.

Lisäksi mukana on joukko julkisuudesta tuttuja vaikuttajia. Kampanjaa suojelee presidentti Sauli Niinistö.

Mitä mukana olevat yritykset tekevät nuorten lukutaidon puolesta?

Yritykset ovat mukana kampanjassa eri tavoin (katso kysymys Keitä kampanjassa on mukana). Osa on ollut mukana suunnittelussa, osa toteutuksessa, osa suunnittelussa ja toteutuksessa. Lisäksi Read Hour -kampanjaa voi tukea lahjoituksella. Mukana olevat media- ja viestintäalan yritykset ovat tehneet yhteisen Sitoumus2050-kattositoumuksen, jossa ne ovat sitoutuneet tukemaan nuorten lukutaitoa ja osallisuutta, vahvistamaan nuorten ääntä ja näkymistä mediakanavissa sekä lisäämään heidän ymmärrystään ja kokemustaan alasta. Sitoumuksesta ja sen toimenpiteistä voi lukea lisää [täältä](#).

Miksi kampanjan mainonnassa syyllistetään äitejä/isiä/nuoria?

Lukutaito ja lukeminen on yhteiskunnallisesti merkittävä asia, sillä se koskettaa kaikkia, ei vain nuoria. On meidän kaikkien vastuulla näyttää esimerkkiä lukemisesta ja sitä kautta innostaa myös lapsia ja nuoria lukemaan. Siksi kampanjan kohderyhmänä on koko Suomi. Kampanjassa nostetaan esiin tutkimustietoa eri kohderyhmien osalta lukemisen merkityksestä ja vaikutuksista.

Kuka kampanjan maksaa?

Kampanjan toteutus ja näkyvyys tehdään pääasiassa yhteistyökumppaneiden kanssa pro bono ja tukijoiden lahjoitusten avulla. Mukana olevat viestintä-, vaikuttaja- ja markkinointiyritykset ovat tarjonneet kampanjalle osaamistaan ja mediatalot tarjoavat näkyvyyttä pro bono. Kaikki kampanjan vaikuttajat ovat mukana veloitusetta. Kampanjan koordinoivat Lasten ja nuorten säätiön työntekijät.

Keitä vaikuttajia kampanjassa on mukana?

Kampanjan suojelijana toimii tasavallan presidentti Sauli Niinistö. Kampanjassa on mukana noin 60 vaikuttajaa, jotka ovat listattuina kampanjasivuilla (www.readhour.fi) Innostajat-osiossa.

Miksi juuri nämä vaikuttajat on valittu mukaan kampanjaan?

Kampanjassa on mukana vaikuttajia eri aloilta. Vaikuttajat vetoavat eri kohderyhmiin, moni erityisesti nuoriin.

Miksi on tärkeää lukea?

Jos lopetamme lukemisen, myös tarinamme loppuu lyhyeen. Lue lisää.