**Nie czytasz książek? Lecz się!**

**Statystyki czytelnictwa w Polsce od lat są alarmujące. Ale raporty czytają tylko ci... którzy czytają. Nie przekonają tych, którym drukowane litery kojarzą się tylko z nudą. Internetowa księgarnia TaniaKsiazka.pl wymyśliła więc „Pogotowie Czytelnicze”. W marcu ponad 50 tysiącom użytkowników Internetu zaaplikowało ono końską dawkę książkoterapii. Operacja się udała.**

Nie czyta ponad połowa Polaków w wieku powyżej 15 lat. Czytelnictwo wśród studentów (sic!) przez ostatnie 15 lat spadło o 20 proc. \*. Tomasz Makowski, dyrektor Biblioteki Narodowej, 15 marca, podczas prezentacji raportu o czytelnictwie za ubiegły rok mówił o tym, że aby spopularyzować książkę, powinna się ona kojarzyć z osobą, którą szanujemy, lubimy. Wtedy staje się ważną częścią życia.

**Nie masz już książek wcale? Przyjedziemy na sygnale!**

Tym tropem poszli pomysłodawcy akcji „Pogotowie Czytelnicze", czyli firma TaniaKsiazka.pl z Białegostoku, jedna z największych internetowych księgarni w Polsce. Akcja trwała od 9 do 28 marca, a jej celem było zachęcenie młodych ludzi do czytania. Przeprowadzono ją w naturalnym środowisku młodzieży czyli... cyberprzestrzeni, a wzięło w niej udział 30 książkowych blogerów, 10 rozpoznawalnych youtuberów, którzy kręcili swoje materiały reklamujące Pogotowie. W akcję zaangażowało się siedem portali promujących literaturę, w tym LubimyCzytać.pl.

W obrazkowej przestrzeni Internetu (np. na YouTube, Instagramie), gdzie nieczytający potrafią spędzić kilka godzin dziennie, pojawiły się krótkie filmiki, w których zespół Pogotowia pod wodzą doktora Szperakowskiego wspieranego przez ordynatora Wojtaszewskiego, ratuje Kablówkowca Radka, a przypadek jest ciężki. Choremu przyrósł do ręki pilot i w efekcie doznał on tiku kciuka. Uleczyć go mogła tylko podwójna dawka kryminału, albo operacja na otwartej książce...

Gagi nie są przeintelektualizowane. Czasami wręcz ekipa Pogotowia „jedzie po bandzie”, ale efekt jest!

Każdy z filmików miał kilkadziesiąt tysięcy odsłon (rekord to prawie 120 tysięcy wyświetleń). Bohaterowie produkcji nie są zawodowymi aktorami, bo i nie o to chodziło. Występują w niej pracownicy księgarni: od magazynierów po kadrę zarządzającą. Grali napędzani entuzjazmem, pomysłowością, humorem a przede wszystkim przekonaniem, że idea jest słuszna. Dzięki temu materiały są autentyczne i naprawdę bawią.

**Kiedy w głowie słyszysz szepty, kupuj książki bez recepty!**

Podczas akcji, każdy zainteresowany mógł skontaktować się z TaniaKsiazka.pl (w dowolny sposób) i zapytać eksperta: co czytać? Specjaliści, przebrani w fartuchy aplikowali kurację na książkowstręt i udzielali konkretnych porad czytelniczych. Po krótkim wywiadzie i zdiagnozowaniu preferencji, wydawali „receptę” na precyzyjnie dobrany tytuł lub zestaw bestsellerów.

*- Odebraliśmy sporo takich zapytań. Niewykluczone więc, że w niedalekiej przyszłości zostanie uruchomiony książkowy numer alarmowy, takie lekturowe 112! - żartuje Łukasz Kierus prezes spółki Glosel, właściciel marki TaniaKsiazka.pl - Będzie można zadzwonić na infolinię Pogotowia Czytelniczego, gdzie nasi konsultanci podpowiedzą po jaką książkę sięgnąć, co wybrać z bardzo szerokiej oferty.*

Księgarnia promowała literaturę różnych gatunków: ambitniejsze pozycje i te mniej, polską i obcą. Chodziło o to, by przekonać do książek w ogóle. Podczas akcji 30 tysięcy tytułów oferowanych przez TaniaKsiazka.pl można było kupić z nawet 40-procentowym rabatem. Skorzystało z tego 25 tys. „pacjentów”. Była to więc najskuteczniejsza forma terapii.

**Zalecana jest dla Radka książek końska dawka**

Młodzi ludzie coraz częściej tracą kontakt z książką. Ich czas kradnie telewizja i Internet. A jak wykazuje raport Biblioteki Narodowej występuje wyraźna korelacja, mówiąca o tym, że „oglądacze” mniej czytają. Nieczytający gorzej rozwijają się intelektualnie, nie mówiąc już o sprawności fizycznej. Komputer i gry bywają też uzależniające. Inicjatorzy „Pogotowia Czytelniczego” chcą przeciwdziałać tym niekorzystnym współczesnym tendencjom proponując alternatywnie powrót do książek.

*- Wszyscy w firmie jesteśmy fanami czytania - mówi Łukasz Kierus z księgarni TaniaKsiazka.pl. - Wiemy jak to otwiera głowę, stąd nasza inicjatywa skierowana do młodych ludzi, wśród których odsetek nieczytających jest zatrważający. Z uwagi na specyficzną grupę odbiorców, forma akcji miała charakter żartobliwy. Dopasowaliśmy też do niej kanały informacyjne. Docieraliśmy za pośrednictwem mediów, w których młodzi są obecni na co dzień. Po reakcjach w social mediach widać, że nam się udało.*

Była to pierwsza edycja „Pogotowia Czytelniczego”, ale organizatorzy już zapowiadają, że nie ostatnia. Chcą, by akcja przybrała formę cykliczną.

\*

„Stan czytelnictwa w Polsce w 2016 roku" - raport Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego