



Scenarij aktivnosti u sklopu Read for Real – inspiracije i koraci za provedbu s primjerima

1. ORGANIZACIJA #READFORREAL ONLINE READING ALOUD FESTIVAL

Cilj:

Promicanje čitanja naglas putem digitalnih video materijala dostupnih na međunarodnoj razini.

Kako to napraviti:

- Isplanirajte događaj u blizini nacionalnog dana čitanja naglas.
- Izradite ili prikupite kratke filmove s čitanjem naglas u koje će se uključiti lokalne poznate osobe, autori, učitelji ili ambasadori čitanja.
- Podijelite materijale online (YouTube, društvene mreže, obrazovne platforme).
- Suradnju razvijajte s drugim organizacijama i partnerima projekta Read for Real, razmjenjujući iskustva i međusobno promovirajući događaje.

Primjer učinkovitosti:

Njemačka organizacija Stiftung Lesen od 2020. provodi Online Reading Festival kao digitalni odgovor na pandemijska ograničenja. U okviru festivala nastalo je više od 33 filma s čitanjem naglas koje su izveli poznati glumci i autori, i koji su ostvarili više od milijun pregleda.

2. UKLJUČIVANJE JAVNIH OSOBA I POLITIČKO POKROVITELJSTVO

Cilj:

Povećati ugled i doseg kampanje kroz sudjelovanje vlasti i javnih osoba.

Kako to učiniti:

- Obratite se lokalnim ili nacionalnim liderima (Predsjedniku, Ministru kulture, Gradonačelniku).
- Predložite im pokroviteljstvo nad događajem ili sudjelovanje u javnim sesijama čitanja naglas.



- Organizirajte „dane otvorenih vrata” ili susrete na simboličnim mjestima (npr. javne rezidencije, gradske vijećnice), tijekom kojih će se održavati čitanja naglas.
- Potaknite uspostavljanje godišnje tradicije čitanja naglas uz sudjelovanje vlasti i poznatih osoba. Neka čitaju svoje omiljene knjige.

Primjer učinkovitosti:

Stiftung Lesen već 37 godina ima pokroviteljstvo Njemačkog Predsjednika. Svake godine tijekom tzv. „Dana otvorenih vrata” u Schloss Bellevue organiziraju javna čitanja s predsjednikom i njegovom suprugom, poznatim osobama i autorima. Riječ je o prestižnom događaju koji privlači značajnu medijsku pozornost. Organizatori potiču partnere Read.ForReal da uspostave slične odnose s vlastima svojih zemalja i stvaraju takve tradicije.

U Poljskoj se već dugi niz godina organizira Nacionalno čitanje pod pokroviteljstvom Predsjedničkog para.

3. KORIŠTENJE SAJMOVA KNJIGA I DOGAĐAJA ZA BRANŠU

Cilj:

Promocija #ReadForReal na međunarodnim forumima za branšu.

Kako to učiniti:

- Identificirajte najvažnije sajmove knjiga i književne događaje u svojoj zemlji (npr. Frankfurt, Bologna, festivali i sl.).
- Predložite organizaciju panela ili radionica s autorima, izdavačima, knjižarima, knjižničarima, učiteljima i međunarodnim partnerima.
- Teme panela mogu uključivati inspiracije vezane uz #ReadForReal: kako se uključiti, kako to može nevjerojatno aktivirati lokalnu zajednicu, koliko je to zapravo jednostavno.
- Potaknite partnere iz drugih zemalja na sudjelovanje uživo ili online, kako bi se povećao doseg i razmjena iskustava.

Primjer učinkovitosti:

Stiftung Lesen surađuje s najvećim njemačkim knjižarama i izdavačima na najvećim sajmovima knjiga, poput Frankfurta, Varšave, Pariza. Ondje organiziraju panele o promociji čitanja i čitalačkih kompetencija. Potičemo Partnere Read.ForReal da provode slične aktivnosti na svojim sajmovima i festivalima kako bi povećali međunarodnu vidljivost kampanje.

4. KAMPANJA NA DRUŠTVENIM MREŽAMA UZ SUDJELOVANJE KNJIŽARA I POZNATIH OSOBA

Cilj:

Povećati angažman djece i mladih u #ReadForReal kroz suvremene komunikacijske kanale.



Kako to napraviti:

- Uspostavite suradnju s lokalnim ili nacionalnim lancima knjižara koji imaju profile na društvenim mrežama namijenjene mladima.
- Planirajte seriju #ReadForReal susreta u tim knjižarama.
- Pozovite popularne osobe (poznate ličnosti, autore, influencere) da sudjeluju u kampanji koja promovira #ReadForReal susrete na Instagramu, TikToku ili YouTubeu.
- Stvarajte angažirajuće sadržaje: challenge, čitanje ulomaka iz knjiga, književne kvizove, live prijenose čitanja uživo s hashtagom #ReadForReal. Pozivajte djecu na sudjelovanje u offline susretima u knjižarama.
- Potičite publiku da sudjeluje i dijeli vlastite snimke čitanja.

Primjer učinkovitosti:

U Njemačkoj Stiftung Lesen surađuje s drugom najvećom mrežom knjižara Hugendubel, koja vodi Instagram profil namijenjen djeci („kids insta account”). U kampanjama sudjeluju poznate osobe i autori koji promoviraju čitanje naglas na društvenim mrežama. Ovo partnerstvo stvara most između knjižara, autora i čitatelja, što jača angažman i učinak kampanje.