



Scenariusz działań w ramach Read for Real – inspiracje i kroki do wdrożenia z przykładami

1. ORGANIZACJA #READFORREAL ONLINE READING ALOUD FESTIVAL

Cel:

Promowanie czytania na głos poprzez cyfrowe materiały wideo, dostępne międzynarodowo.

Jak to zrobić:

- Zaplanuj wydarzenie w okolicach dnia narodowego czytania na głos (np. w listopadzie).
- Stwórz lub zbierz krótkie filmy z czytaniem na głos, w które zaangażują się lokalni celebryci, autorzy, nauczyciele lub ambasadorzy czytania.
- Udostępnij materiały online (YouTube, social media, platformy edukacyjne).
- Współpracuj z innymi organizacjami i partnerami z projektu Read for Real, aby wymieniać się doświadczeniami i wzajemnie promować wydarzenia.

Przykład skuteczności:

Niemiecka organizacja Stiftung Lesen od 2020 roku realizuje Online Reading Festival jako cyfrową odpowiedź na ograniczenia pandemiczne. W ramach tego festiwalu powstało ponad 33 filmy z czytaniem na głos przez celebrytów i autorów, które osiągnęły ponad 1 milion wyświetleń.

2. ZAANGAŻOWANIE OSÓB PUBLICZNYCH I PATRONAT POLITYCZNY


Cel:

Podniesienie prestiżu i zasięgu kampanii poprzez udział władz i osób publicznych.

Jak to zrobić:

- Skontaktuj się z lokalnymi lub krajowymi liderami (Prezydentem, Ministrem Kultury, Burmistrzem).
- Zaproponuj im objęcie patronatu nad wydarzeniem lub udział w publicznych sesjach czytania na głos.



- 
- Zorganizuj „Dni otwarte” lub spotkania w symbolicznych miejscach (np. rezydencjach państwowych, ratuszach), podczas których odbywać się będą głośne czytania.
 - Zachęcaj do ustanowienia corocznej tradycji czytania na głos z udziałem władz i osób znanych. Niech czytają swoje ulubione książki.

Przykład skuteczności:

Stiftung Lesen od 37 lat ma patronat Prezydenta Niemiec. Co roku podczas tzw. „Dni otwartych” w Schloss Bellevue organizują publiczne czytania z udziałem prezydenta i jego małżonki, celebrytów i autorów. To wydarzenie cieszy się dużym prestiżem i medialnym zainteresowaniem. Organizatorzy zachęcają partnerów Read.For.Real do nawiązywania podobnych relacji z władzami swoich krajów i do ustanawiania takich tradycji.

W Polsce od wielu lat organizowane jest Narodowe Czytanie pod patronatem Pary prezydenckiej.

3. WYKORZYSTANIE TARGÓW KSIĄŻKI I WYDARZEŃ BRANŻOWYCH

Cel:

Promocja #ReadForReal na forum branżowym i międzynarodowym.

Jak to zrobić:

- Zidentyfikuj najważniejsze targi książki i wydarzenia literackie w swoim kraju (np. Frankfurt, Bologna, festiwale etc).
- Zaproponuj organizację paneli dyskusyjnych lub warsztatów z udziałem twórców, wydawców, księgarzy, bibliotekarzy, nauczycieli i międzynarodowych partnerów.
- Tematyka paneli może obejmować inspiracje wokół #ReadForReal: jak się włączyć, jak to może niesamowicie zaktywizować społeczność lokalną, jakie to w sumie proste.
- Zachęć partnerów z innych krajów do udziału zdalnego lub stacjonarnego, aby zwiększyć zasięg i wymianę doświadczeń.

Przykład skuteczności:

Stiftung Lesen współpracuje z największymi niemieckimi księgarniami i wydawcami podczas największych targów książki, takich jak Frankfurt, Warszawa, Paryż. Organizują tam panele dyskusyjne dotyczące promocji czytelnictwa i kompetencji czytelniczych. Zachęcamy Partnerów Read.For.Real do podobnych działań na swoich targach i festiwalach, by zwiększyć międzynarodową widoczność kampanii

4. KAMPANIA W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH Z UDZIAŁEM KSIĘGARNI I CELEBRYTÓW

Cel:

Zwiększenie zaangażowania dzieci i młodzieży w #ReadForReal poprzez nowoczesne kanały komunikacji.



Jak to zrobić:

- Nawiąż współpracę z lokalnymi lub krajowymi sieciami księgarni, które mają profile społecznościowe skierowane do młodych odbiorców.
- Zaplanujcie serię spotkań #ReadForReal w tych księgarniach stacjonarnych.
- Zaproś popularne osoby (celebrytów, autorów, influencerów) do udziału w kampanii promującej spotkania #ReadForReal na Instagramie, TikToku lub YouTube.
- Twórz angażujące treści: challenge'y, czytanie fragmentów książek, quizy literackie, live'y z czytaniem na żywo i hashtagiem #ReadForReal. Zapraszaj dzieci do udziału w spotkaniach offline w księgarniach.
- Zachęcaj odbiorców do udziału i udostępniania swoich nagrań z czytaniem.

Przykład skuteczności:

W Niemczech Stiftung Lesen współpracuje z drugą co do wielkości siecią księgarni Hugendubel, która prowadzi konto na Instagramie skierowane do dzieci („kids insta account”). W kampaniach biorą udział celebryci i autorzy, którzy promują czytanie na głos na kanałach social media. Partnerstwo to buduje most między księgarniami, twórcami a czytelnikami, co wzmacnia zaangażowanie i wpływ kampanii.