



Scénář aktivit v rámci Read for Real – inspirace a kroky k realizaci s příklady

1. ORGANIZACE #READFORREAL ONLINE READING ALOUD FESTIVAL

Cíl:

Propagace čtení nahlas prostřednictvím digitálních videomateriálů, které jsou dostupné mezinárodně.

Realizace:

- Naplánujte akci v období národního dne čtení nahlas (např. v listopadu).
- Vytvořte nebo shromážděte krátká videa s předčítáním, do kterých se zapojí místní celebrity, autoři, učitelé nebo ambasadoři čtení.
- Sdílejte materiály online (YouTube, sociální média, vzdělávací platformy).
- Spolupracujte s dalšími organizacemi a partnery projektu Read for Real, abyste si vyměnili zkušenosti a vzájemně propagovali akce.

Příklad úspěšnosti:

Německá organizace Stiftung Lesen pořádá od roku 2020 Online Reading Festival jako digitální reakci na omezení způsobená pandemií. V rámci tohoto festivalu vzniklo více než 33 videí s předčítáním celebrit a autorů, která zaznamenala přes 1 milion zhlédnutí.

2. ZAPOJENÍ VEŘEJNÝCH OSOBNOSTÍ A POLITICKÁ PODPORA

Cíl:

Zvýšení prestiže a dosahu kampaně díky účasti orgánů veřejné správy a veřejných osobností.

Realizace:

- Kontaktujte místní nebo národní představitele (prezidenta, ministra kultury, Primátora).
- Navrhněte jim, aby se stali patrony akce nebo se zúčastnili veřejných čtení.
- Uspořádejte „Dny otevřených dveří“ nebo setkání na symbolických místech (např. v prezidentských rezidencích, radnicích), během nichž se bude konat čtení nahlas.



- Podporujte zavedení každoroční tradice čtení nahlas za účasti představitelů samosprávy a známých osobností. Požádejte je, aby četli své oblíbené knihy.

Příklad úspěšnosti:

Stiftung Lesen má již 37 let patronát německého prezidenta. Každý rok během takzvaných „Dnů otevřených dveří“ v zámku Bellevue organizují veřejné čtení za účasti prezidenta a jeho manželky, celebrit a autorů. Tato akce se těší velkému prestiži a mediálnímu zájmu. Organizátoři vybízejí partnery Read.ForReal, aby navázali podobné vztahy s orgány svých zemí a zavedli takové tradice.

V Polsku se již mnoho let pořádá Národní čtení pod záštitou prezidentského páru.

3. VYUŽITÍ KNIŽNÍCH VELETRHŮ A ODBORNÝCH AKCÍ

Cíl:

Propagace #ReadForReal na odborném a mezinárodním fóru.

Realizace:

- Vyhledejte nejdůležitější knižní veletrhy a literární akce ve vaší zemi (např. Frankfurt, Bologna, festivaly atd.).
- Navrhněte organizaci diskusních panelů nebo workshopů za účasti tvůrců, vydavatelů, knihkupců, knihovníků, učitelů a mezinárodních partnerů.
- Témata panelů mohou zahrnovat inspirace kolem #ReadForReal: jak se zapojit, jak to může neuvěřitelně aktivizovat místní komunitu, jak je to vlastně jednoduché.
- Povzbudte partnery z jiných zemí k účasti na dálku nebo na místě, abyste zvýšili dosah a výměnu zkušeností.

Příklad úspěšnosti:

Stiftung Lesen spolupracuje s největšími německými knihkupectvími a vydavateli na největších knižních veletrzích, jako jsou Frankfurt, Varšava nebo Paříž. Pořádají tam diskusní panely na téma propagace čtenářství a čtenářských dovedností. Partnery Read.ForReal vybízíme, aby podobné aktivity organizovali na svých veletrzích a festivalech, aby se zvýšila mezinárodní viditelnost kampaně.


4. KAMPAŇ NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH ZA ÚČASTI KNIHKUPECTVÍ A CELEBRIT

Cíl:

Větší zapojení dětí a mládeže do projektu #ReadForReal prostřednictvím moderních komunikačních kanálů

Realizace:

- Navázat spolupráci s místními nebo národními řetězci knihkupectví, které mají sociální profily zaměřené na mladé publikum.

- 
- Naplánujte sérii setkání #ReadForReal v těchto kamenných knihkupectvích.
 - Pozvěte populární osobnosti (celebrity, autory, influencersy) k účasti na kampani propagující setkání #ReadForReal na Instagramu, TikToku nebo YouTube.
 - Vytvářejte poutavý obsah: výzvy, čtení ukázek z knih, literární kvízy, živá vysílání s čtením a hashtagem #ReadForReal. Pozvěte děti k účasti na offline setkáních v knihkupectvích.
 - Povzbuzujte publikum k účasti a sdílení svých nahrávek s čtením.

Příklad úspěšnosti:

V Německu spolupracuje Stiftung Lesen s druhým největším řetězcem knihkupectví Hugendubel, který provozuje instagramový účet určený dětem („kids insta account“). Do kampaní se zapojují celebrity a autoři, kteří propagují čtení nahlas na sociálních médiích. Toto partnerství buduje most mezi knihkupectvími, tvůrci a čtenáři, což posiluje zapojení a vliv kampaně.