

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ШЕВЧЕНКА
ІНСТИТУТ ЖУРНАЛІСТИКИ
Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю

**Розробка програми реалізації PR-кампанії
(на прикладі соціального проєкту «Читай&Фантазуй»)**

Кваліфікаційна робота
на здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня
«бакалавр»
студентки 4 курсу
спеціальності 061 «Журналістика»
ОПП «Реклама та зв'язки з громадськістю»
Ісай Ольги Володимирівни

Науковий керівник:
кандидат філологічних наук,
доцент Вежель Ліна Михайлівна

Київ – 2021

Зміст

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА	3
Вступ	3
Технічні характеристики	4
ПРОЄКТНА ЧАСТИНА.....	6
Вступ	6
Клієнтський бриф.....	6
Аналітичний блок.....	7
<i>SWOT-аналіз</i>	7
<i>PESTLE-аналіз</i>	8
<i>Карта Ціннісної пропозиції</i>	8
PR-програма	9
Цільова аудиторія проєкту, портрет споживача	11
Споживчий інсайт	15
PR-план.....	16
Календарний план реалізації проєкту	19
Оцінка ефективності проєкту	23
Висновки	24
Список використаних джерел	25
Додатки.....	26

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Вступ

Однією з інноваційних умов демократичного суспільства є наявність та ефективне впровадження соціальних ініціатив.

Вирішенню суспільно важливих питань все більше уваги приділяють не тільки громадські організації, а й комерційні. В Україні існує багато небайдужих, активних, свідомих людей, які хочуть зробити щось корисне для суспільства, полегшити життя людей, донести важливу інформацію до інших. Для того, щоб допомогти фінансово, існують фонди, одним з яких є УКФ.

Український культурний фонд – державна установа, створена у 2017 році, на підставі відповідного Закону України, з метою сприяння розвитку національної культури та мистецтва в державі, забезпечення сприятливих умов для розвитку інтелектуального та духовного потенціалу особистості і суспільства, широкого доступу громадян до національного культурного надбання, підтримки культурного розмаїття та інтеграції української культури у світовий культурний простір. Підтримка проєктів Українським культурним фондом здійснюється на конкурсних засадах.

Соціальні проєкти спонукають молодь до осмислення основних проблем суспільства, а від так відіграють важливу роль у пошуках способів їх розв'язання.

Метою є розробка програми для реалізації комплексного соціального комунікаційного проєкту (соціальної PR-кампанії), покликаною сформувати стійкий інтерес до читання серед молоді.

Актуальність: переважна більшість молоді вважає, що читання сприяє саморозвитку, але при цьому читання саме друкованих книг вже не є актуальним. Натомість надається перевага коротким та містким постам в соціальних мережах або матеріалам ЗМІ. Тільки 8% людей читають друковані

книги щодня і найчастіше – школярі та студенти. На жаль, це не є показником, адже шкільна програма не в повній мірі може дати доступ до якісної та актуальної сьогодні літератури.

Об'єктом є особливості розробки програми ПР- кампанії

Предметом є розробка ПР-програми для реалізації соціального комунікаційного проєкту «Читай&Фантазуй».

Доцільність: розроблена програма соціального проєкту може в повній мірі продемонструвати актуальність проблеми. Проєкт дає можливості для створення нових форм комунікації з аудиторією та залучення інфлюенсерів, лідерів думок, сучасних українських письменників тощо.

Унікальність ідей: перший соціальний проєкт в Україні, спрямований на популяризацію читання серед молоді, який має власний фірмовий стиль та унікальні формати комунікації: реп-батл за мотивами творів українських класиків, інсталяція в парку, фото-проєкт «Я читаю, а ти?».

Практична цінність: розроблений проєкт на популяризацію читання серед молоді дозволяє об'єднати соціальний аспект та комерційний. Завдяки реалізації проєкту ми звертаємо увагу на проблему і таким чином допомагаємо підвищити рівень продажу українських книг. Також створені в рамках проєкту ініціативи (напр. подкасти) з часом можуть розвиватися незалежно від проєкту та залучати більше нових слухачів.

Технічні характеристики

Під час виконання бакалаврської роботи та реалізації проєкту були використані такі технічні засоби:

- ноутбук;
- смартфон;
- Інтернет.

Для виконання бакалаврської роботи було обрано програмні засоби:

- Microsoft Office Word 2018;
- графічний редактор Adobe Photoshop;

Формати документів:

- текстові формати (DOC, DOCX, PDF);
- презентації (PDF, PPTX);
- зображення (PNG, JPG, JPEG, PSD).

Формат проєкту – (друкована) робота, що складається з таких елементів:

- Пояснювальна записка;
- Проєктна частина;
- Комунікаційні продукти;

Загальний обсяг роботи – друкованих сторінок формату А4.

Програми, що застосовувалися для виконання проєкту:

- Microsoft Word 2018;
- Photoshop CC 2019;
- Microsoft Excel 2018;
- Microsoft Power Point 2018;
- Google документи;

Опис використаних джерел інформації: джерелами дослідження у вирішенні теоретичних питань, аналізу та систематизації емпіричного матеріалу автором було обрано наукові праці з теорії та практики ПР. Для прикладного аналізу було використано інформаційні ресурси соціальних медіа, соціальних мереж, статистичні звіти, а також документи УКФ та результати соціологічних досліджень.

ПРОЄКТНА ЧАСТИНА

Вступ

Сьогодні майже у кожного є декілька гаджетів для існування – телефон, планшет, ноутбук тощо. Молоді вже не цікаво просто читати друковані “старі” книги. Світ змінюється і таким чином продукує нові форми засвоєння та пошуку інформації. Саме тому в епоху діджиталізації усіх процесів в Україні ми хочемо запустити «Читай & Фантазуй», який націлений на популяризацію читання серед молоді.

Головна місія проєкту – повернути любов до читання не просто друкованої книги, а й до самого формату – повноцінного твору з усіма його особливостями.

Клієнтський бриф

Основою розробки ПР-програми став **клієнтський бриф** (*див. додаток А*), в якому були представлені бачення та побажання ініціатора проєкту щодо реалізації кампанії.

На думку організаторів, ЦА, на яку плануватиметься трансляція основних меседжів розділена на сегменти 16-20 та 21-27 років. Це представники української національності будь-якої статі. Проєкт націлений на аудиторію у межах України, основні активності бажано щоб були зосереджені у столиці – Києві.

Спираючись на соціологічні дослідження, організатори проаналізували ставлення українців до читання, де переважна більшість вважає, що воно сприяє саморозвитку, але найчастіше респонденти віддають перевагу читанню соціальних мереж та Інтернет-ЗМІ.

Перед нами були поставлені дві головні довгострокові цілі: соціального характеру – популяризувати читання книг українською мовою та комерційного – збільшити рівень збуту книг на 15%.

Розробка PR-програми має базуватись на основі PR-повідомлення – «Не важливо, де ти читаєш, важливо – що саме».

В межах проєкту організаторами було запропоновано використати такі PR-засоби: інфлюенсери, зовнішня реклама, вірусні ролики на YouTube, челенджі у соціальних мережах.

Період реалізації: липень-жовтень 2020

Аналітичний блок

Перед початком розробки PR-концепції були проведені SWOT- (*див. дод. Б*) і PESTLE – (*див. дод. В*) аналізи. Незважаючи на зовнішню схожість, вони розрізняються сферою застосування і при певній мірі деталізації можуть доповнювати один одного. PEST зручний в застосуванні при дослідженні ситуації в країні або зміни умов праці, наприклад, під час карантинних обмежень. А SWOT дає більш повне бачення становища компанії і дозволяє усвідомити можливості бізнесу в певний момент часу.

SWOT-аналіз

SWOT аналіз — це підхід до планування, заснований на виявленні внутрішніх і зовнішніх факторів об'єкта. Методологія SWOT-аналізу передбачає спочатку виявлення сильних і слабких сторін, можливостей і загроз, після цього встановлення зв'язків між ними, які в подальшому можуть бути використані для формулювання стратегії організації.

Провівши SWOT-аналіз, я виділила найбільш суттєві на період реалізації проєкту фактори. Взаємозалежний розгляд цих факторів з можливостями компанії дозволить наперед протидіяти можливим проблемам. Дані, отримані в результаті SWOT-аналізу, допоможуть краще розробити стратегічні цілі та завдання кампанії.

PESTLE-аналіз

PESTLE - це інструмент для аналізу зовнішнього бізнес-середовища. Він включає в себе політичні (Political), економічні (Economic), соціальні (Social), технологічні (Technological), юридичні (Legal) аспекти і фактори навколишнього середовища (Environmental).

Завдяки проведенню PESTLE-аналізу можна уникнути невдалого запуску продукту та визначити головні акценти для PR-просування. Цей інструмент дозволив мені дослідити фактори макросередовища, які можуть нести серйозний вплив на ефективність PR-кампанії.

Карта Ціннісної пропозиції

Ціннісна пропозиція (див. дод. Г) – це сукупність або пакет переваг, які організація пропонує споживачам та зацікавленим сторонам. Ціннісні пропозиції можуть бути інноваційні та представляють нову або руйнівну пропозицію. Інші можуть бути схожими на наявні ринкові пропозиції, але з додатковими функціями та атрибутами.

Склавши картку ціннісної пропозиції, я змогла проаналізувати наявні пропозиції ринку та головні вигоди від них, а також це допомогло розробити унікальні методи комунікації з аудиторією, щоб підвищити її зацікавленість.

PR-програма

Мета – розробка і реалізація комплексного соціального комунікаційного проєкту (соціальної PR-кампанії), покликаною сформувати стійкий інтерес до читання серед молоді.

Завдання:

- Передпроєктний аналіз (проблематика, цільова аудиторія проєкту);
- Розробка концепції проєкту;
- Оформлення проєкту: перелік завдань і заходів, визначення термінів виконання, виконавців, очікуваних результатів;
- Реалізація проєкту;
- Аналіз результатів; Повністю дублюється текст зі сторінкою 3-4.

Проміжні цілі:

- проінформувати цільову аудиторію про соціальну ініціативу;
- створити інтерес до ініціативи в цілому;
- підвищити обізнаність про українську сучасну літературу в цілому

Довгострокові цілі:

- збільшити рівень збуту книг українських авторів в реальних магазинах, в інтернет-магазинах, в аудіо вигляді на 15%;
- популяризувати читання книг українською мовою;

Комунікаційна стратегія проєкту:

Всеукраїнська соціальна PR-кампанія популяризації читання серед молоді «Читай&Фантазуй» проводитиметься з використанням таких каналів комунікації:

1. Соціальні мережі (Facebook, Instagram, Telegram, YouTube) – створення та наповнення власних сторінок проєкту унікальним контентом.

- Орієнтовна кількість охоплення понад 1,1 млн (*див. дод. Е, К, Л, Р та Ш*);
2. Сайт проєкту – висвітлення матеріалів про перебіг проєкту та дотичні теми (*див. дод. Д*);
 3. ЗМІ – спецпроєкти з інтернет медіа, написання матеріалів для онлайн інформаційних ресурсів, розсилка прес-паків для ЗМІ (*див. дод. Н та Ю*);
 4. Інфлюенсери – публікації в їхніх акаунтах у соцмережах, участь в обговоренні, челенджі (*див. дод П та Х*);
 5. Зовнішня реклама – реклама в метро, на громадському транспорті (*див. дод. Ф*), книжкова інсталяція у парку (*див. дод. У*);
 6. Подкасти з провідними українськими авторами (*див. дод. З*);
 7. Сувенірна та поліграфічна продукція (*див. дод. Т та Ц*);
 8. Майданчики продажу книжок (книжкові мережі, видавництва). (*див. дод. Щ*);

Цільова аудиторія проєкту, портрет споживача

Характеристика ЦА:

Соціо-демографічна: 16-25 років, будь-якої статі, української національності.
Географічна: Україна
Поведінкова: привід для покупки (отримати емоції, нові знання), вигоди (локалізація: українські автори, грамотна українська мова)

Ставлення: Переважна більшість респондентів вважає, що читання сприяє саморозвитку (з цим цілком або скоріше згодні 92% опитаних), сприяє комунікації з людьми (79%), дозволяє розслабитися і відволіктися від рутини (77%). Найчастіше респонденти віддають перевагу читанню соціальних мереж та Інтернет-ЗМІ, блогів, форумів (відповідно 34% і 27% читають їх щодня).

Друковані книжки щодня читають лише 8%, кілька разів на тиждень – 16%, електронні чи аудіокнижки – відповідно 4% і 11%. Ніколи не читають друкованих книжок 36% респондентів, ніколи не читають (не слухають) електронних чи аудіокнижок 65% опитаних. Найчастіше читають друковані книжки студенти та учні, хоча 19% з-поміж них зазначили, що не читають книжок взагалі, а 20% – лише кілька разів на рік. Частіше (слухають) електронні та аудіокнижки студенти та учні.

Електронні книжки респонденти зазвичай читають зі смартфона (21%) та з комп'ютера чи ноутбука (13%). Смартфони використовують 39% молодих людей віком від 15 до 25 років, а серед представників студенської та учнівської молоді – 48%. 30% респондентам від 15 до 25 років зручніше читати українською мовою, а 25% – російською. Чим молодші респонденти, тим частіше вони придбають книги в Інтернет-магазинах. Переважна більшість тих, хто читає електронні книжки (92%), завантажує їх в Інтернеті безкоштовно, лише 8% купують разово на спеціалізованих сайтах і лише 3%

користуюся онлайн-підпискою. Найчастіше книги купуються у маленьких місцевих книгарнях, на ринку та у великих книжкових мережах.

Больові точки ЦА:

1. Аудиторія 16-20 років:
 - Нелюбов до української літератури після школи, де її змушували читати;
 - Відсутність бажання оброблювати великий обсяг інформації (надають перевагу коротким описам).
2. Аудиторія 21-27 років:
 - Незнання, де можна знайти корисну інформацію про новинки сучасної української літератури;
 - Надання переваги подкастам, недостатня кількість українських книг за доступною ціною.

Таблиця 1

3Д-аватари

Аудиторія	Настя	Андрій
Вік	17	24
Стать	жіноча	чоловіча
Національність	українка	українець
Сімейний стан	незаміжня	незаміжній
Географія	Київ, Подільський район	Одеса, Малий фонтан
Діяльність	Студентка, тільки закінчила школу, безробітня	Студент-магістр, має постійну роботу
Ключова особливість	На утриманні у батьків, веде ТікТок канал. Женеться за трендами та зробить все, щоб стати популярною	Знає ціну грошам, сам себе утримує, відкладає гроші на поздки
Як дізнається про нас?	Через Instagram-інфюенсерів	через Фейсбук, Інстаграм

Сфера інтересів	ТікТок челенджі, життя в соц мережах, активне життя, різноманітні заходи розважального характеру, вечірки, спорт, мода, серіали, англійська мова	Активне життя, Інтернет, публічні заходи, членство у клубах, вечірки, нові можливості, книга, подорожі, відпочинок, особисті досягнення, зовнішній вигляд, кар'єрна орієнтація, хобі, корейська мова
Де проводить час? (офлайн)	Школа, громадські місця, техно вечірки, курси англійсько\ мови	Університет, робота, громадські місця, цікаві заклади харчування, книжкові та ігрові кафе, міські фестивалі, торгівельні центри, книжкові магазини, курси корейської
Де проводить час? (онлайн)	Соціальні мережі, особливо Тік Ток	Сторінки в соц мережах присвячені саморозвитку, блоги спеціалізованих інтернет-видань, дайджести новин
Проблеми	Нерозуміння української літератури. Так би мовити, травма зі школи, що література – нудна і нецікава. Багато часу треба приділяти читанню одного твору. Репутація літератури як застарілої форми інформації	Дороговизна друкованих видань, немає достатньої різноманітності жанрів, нестача часу та ресурсів, де можна знайти підбірку хороших книг/цитат
Біль	Прагнення перевершити всіх, мати репутацію розумного інфлюенсера, у якого можна вчитися	Прагнення перевершити самого себе, страх здатися неначитаною/дурненькою особистістю
Що викликає найбільшу радість у нашому проєкті?	Нестандартний підхід до вивчення літератури (класична поезія зачитується під хіп хоп біти)	Можливість знайти кингу за бажаною тематикою, економія часу завдяки аудіо книгам та подкастам, менше витратити грошей завдяки знижкам у книжкових магазинах, легко знаходити ідеї/цитати
Про що найчастіше думає?	Популярність в соц мережах – понад усе. Якщо читання в моді – я в темі	Бажання стати спеціалістом у своїй галузі, мати хорошу пам'ять та продуктивно використовувати час
Хто його/її кумири?	Кайлі Дженер, Тайга, Калуш	Марк Цукерберг, Дана Павличко
Які надії споживач пов'язує з нашою пропозицією?	Бути в тренді, здобути більшу популярність	Викликати захоплення у спеціалістів з певної галузі, стати повноцінним спеціалістом самотужки
Який формат зручний?	Аудіо, бажано з музикою	Аудіо, електронний, друкований рідко

Що думає про ціну?	Ціна турбує, платять батьки	Ціна дуже важлива, головне щоб якісно і на довготривалий час
Чи готовий до купівлі друкованої книги? Якщо так – що йому заважає купити? Якщо ні – що потрібно щоб стати готовим?	Не сам оплачує покупку	Так, невпевненість у тому, що ціна буде відповідати її наповненню
Який спосіб оплати максимально зручний?	Готівка	Банківська картка/готівка
Який рівень володіння гаджетами?	Високий	Високий

Портрет споживача

1 сегмент: Настя

17 років, мешкає у Києві, вступила до університету і переходить зі шкільного життя у доросле. Поки на утриманні у батьків, але самостійно веде ТікТок канал і хоче таким ичним заробляти власні кошти. Женеться за трендами та зробить все, щоб стати популярною. Вона отримує інформацію через Instagram-інфюенсерів, полюбляє ТікТок челенджі, різноманітні заходи розважального характеру, вечірки, спорт. Вчить англійську мову, щоб краще розуміти своїх кумирів. Не любить шкільну літературу, тому в неї вже суцільна відраза до українського продукту. Оскільки у Насті прагнення перевершити всіх, мати репутацію розумного інфлюенсера, у якого можна вчитися, вона завжди слідкує за трендами. Тому якщо українських класиків зачитують під сучасні хіп-хоп біти – вона буде першою, хто поширить це у маси.

2 сегмент: Андрій

21річний мешканець Одеси. Вчиться на магістратурі, паралельно працює і мріє нарешті переїхати і працювати саме у столиці. Знає ціну грошам, сам утримує і повсякчас відкладає гроші на поздки. Активний корситувач соц.мереж. Веде активне активне життя, на вихідних відвідує з друзями цікаві місця чи виставки. На тижні займається онлпайн-корейською. Постійно кудись поспішає, тому в транспорті зазвичай слухає аудіокнигу або подкаст із саморозвитку. Є фанатом друкованої книги, але їхня дороговизна та недостатня різноманітність жанрів змушує Андрія читати електронні варіанти. Завжди має прагнення перевершити самого себе, страх здатися неначитаною/дурненькою особистістю. Вірить у власні сили.

Споживчий інсайт

Занурення у світ української сучасної літератури, де не тільки можна купити вигідно друковані книги (знижка від Наш Формат), але і продуктивно провести час, слухаючи подкаст або аудіокнигу і при цьому роблячи звичні рутинні речі. Ми покажемо сучасний підхід до читання книг, та навчимо брати з них ідеї, щоб вести за собою інших.

PR-план

Для того, щоб коректно висвітлити проблему читання серед молоді, ми розробимо власний фірмовий стиль та унікальні формати комунікації.

Заплановані активації (див. дод. №12) будуть націлені на обидва сегмента, також будуть присутні унікальні активації для кожного з них:

Поетичні змагання схожі за форматом на реп-балт, тобто змагання двох виконавців у жанрі реп за допомогою спеціальної рими. Зірки стають у середину зали і їх оточують групи підтримки. У нашому форматі ми пропонуємо зіркам зачитати вірші українських письменників – класиків та сучасників. Таким чином ми отримуємо подвійне протиставлення: візуальне (виконавці різних шкіл – новатори та ветерани шоубізнесу) та стилістичне (вірші різних письменників). Можливо реалізувати у партнерстві з музичним онлайн-медіа «СЛУХ». Майданчик – Youtube.

Колаборація з книжковими мікро-інфлюенсерами. Запустити декілька читацьких марафонів у співпраці з видавництвами (наприклад, Видавництво Старого Лева, А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА, Наш Формат, Arthuss та ін.) та українськими книжковими блогерами, які мають від 5 до 15 тисяч підписників. Такі лідери громадської думки точно знають, що буде цікавим їх аудиторії, вірні своїм підписникам і темі аккаунту, не намагаються сподобатися абсолютно всім. Рівень довіри до цих блогерів дуже високий.

Челендж від макро-інфлюенсерів. Активація з інфлюенсерами у соціальній мережі Інстаграм. Ідея – блогери залишають у творах сучасних українських авторів у книгарнях послання для своїх підписників і дають підказку, де їх шукати. Ті, хто першими знайдуть ексклюзивні книжки, отримають подарунки від проекту «Читай&Фантазуй».

Реклама на громадському транспорті. Брендуння автобусів та тролейбусів, а також співпраця зі службою таксі (Uklon/Bolt/Uber). Ми багато часу витрачаємо на дорогу до школи, інституту та роботи. Але, чи ефективно ми його заповнюємо? Наше завдання – підштовхнути людей замислитися, чи не марнують вони такий великий проміжок часу. Адже варто кожен вільну хвилину витратити на свій розвиток, як особистісний, так і професійний.

Стікери для месенджера Telegram. Чому ми обираємо Telegram? Бо це популярний месенджер зі 150 мільйонами користувачів. Стікерпак – це сильний маркетинговий інструмент, який допоможе підвищити лояльність цільової аудиторії. Стікери слугують збільшенню пізнаваності проєкту – ними будуть користувачі ділитися з друзями та додавати собі. Таким чином буде рости та зміцнюватися імідж проєкту «Читай&Фантазуй».

Книжкові інсталяції у парках Києва. Ідея – нагадати аудиторії, що ми надто сильно загрузли у динаміці сучасного світу, своїх особистих справах та телефонах. На книжках обов’язково розміщуються QR-коди, які будуть перенаправляти на інформацію про проєкт та УКФ.

Слоган додаткової кампанії: «Я читаю, а ти?» (16-20 років). Фотопроект, у якому візьмуть участь підлітки, які відносять себе до різних субкультур та мають свій унікальний стиль. Головний меседж – незалежно від зовнішнього вигляду та способу життя, нас об’єднує читання та бажання розвиватися.

Слоган додаткової кампанії: «Почуй голос іншого» (21-27 років). У рамках партнерства з компанією АБУК для просування аудіокниг.

В рамках проєкту застосовуватимуться такі комунікаційні та контентні формати:

1. Відеоконтент
2. Фотоконтент

3. Графічний контент
4. Аудіоконтент
5. Інформаційні повідомлення
6. Публікації/матеріали в ЗМІ
7. Челенджі та конкурси в соціальних мережах
8. Акції та конкурси в мережах книгарень та з видавництвами
9. Стікерпаки в Telegram
10. Інсталяція

Відеоролики проєкту. Для залучення аудиторії у рамках проєкту планується створити унікальний відео-контент на платформі YouTube:

1. Проморолик проєкту
2. Відеоролики поетичних змагань
3. Тематичні відеоролики

6 тематичних відеороликів проєкту будуть зняті з відомими та яскравими особистостями, в яких вони розкажуть про різні аспекти користі читання. Це люди зі звичайних сімей, які зачитувалися книжками в дитинстві і мріяли мати таке ж яскраве життя, як у героїв. Зараз вони дорослі, реалізовані, є умовними опініон-лідерами для молоді. Для кожного ролику ми оберемо трьох героїв. Для збереження балансу беремо пропорційно рівну кількість жінок та чоловіків. Кожного з героїв знімаємо у їх «місці реалізації та сили»: офіс, студія тощо.

4. Фінальний відеоролик проєкту

Календарний план реалізації проєкту

Захід, вид діяльності	06.2020	07.2020	08.2020	09.2020	10.2020	Відповідальний член команди	Показники перевірки виконання заходу	Бюджет
1. Оформлення договірних відносин з членами команди						Строїч Ю. Родіна Г. юрист	Укладені договори	66020
2. Підготовка до створення продукту								267858
2.1 Доопрацювання стратегії проєкту, візуальної ідентичності кампанії.						Строїч Ю. Костюк І. Корнецька І. Петрук А.	Проведення зустрічей щодо обговорення стратегії плану роботи активностей. Розробка макетів для друку та використання на носіях реклами. Створення медіаплану проєкту	
2.2 Узгодження переліку зірок шоу-бізнесу, переговори, підписання договорів з учасниками поетичних змагань, розробка сценарного плану						Строїч Ю. Костюк І. Ісай О.	Готовий сценарний план за участю зірок, погодження дат участі та виходу	
2.3 Залучення інфлюенсерів, погодження членджив, підписання договорів						Строїч Ю. Костюк І. Ісай О.	Погодження з інфлюенсерами дат виходу матеріалу на їхніх особистих сторінках соціальних мереж, внесення в медіаплан	
2.4. Створення сайту, підписання договорів.						Строїч Ю. Костюк І.	Придбання домену і розміщення сторінки на хостингу. Наявність сайту.	
2.5. Придбання носіїв для зберігання інформації та подальшого зберігання контенту.						Строїч Ю. Костюк І.	Придбання носіїв згідно п. статтям в кошторисі проєкту п.7.2 Сплатений рахунок.	
2.6. Друк поліграфічних матеріалів: буклети, плакати, закладки, стікери, стікерпаки, стікери на стіл.						Строїч Ю. Костюк І. Петрук А.	Макети, акти виконаних робіт. Фото розміщені на інформаційних ресурсах проєкту.	
2.7. Виготовлення рекламно-сувенірної продукції з логотипом проєкту: світшот, футболка, еко-торбинка, чашка.						Строїч Ю. Костюк І. Петрук А.	Макети, акти виконаних робіт. Фото розміщені на інформаційних ресурсах проєкту.	
3. Проведення події								33881
3.1. Розміщення реклами на ескалаторних зводах метро – 6 шт.						Строїч Ю. Костюк І. Корнецька І. Петрук А.	Макети, акти виконаних робіт. Фото розміщені на інформаційних ресурсах проєкту.	
3.2. Розміщення реклами на 3 автобусах громадського транспорту маршруту №118 Києва.						Строїч Ю. Костюк І. Ісай О. Петрук А.	Макети, акти виконаних робіт. Фото розміщені на інформаційних ресурсах проєкту, фото в мережі від аудиторій.	

3.3. Розміщення реклами на 5 авто таксі компанії «BOLT».					Строїч Ю. Костюк І. Корнецька І. Петрук А.	Макети, акти виконаних робіт. Фото розміщені на інформаційних ресурсах проекту, фото в мережі від аудиторій.	
3.4. Встановлення 1 інсталяції для міського парку столиці КПП або Шевченка.					Строїч Ю. Костюк І. Корнецька І. Петрук А.	Макети, акти виконаних робіт. Фото розміщені на інформаційних ресурсах проекту, фото в мережі від аудиторій.	
3.5. Візуальне брендування в літературних кафе. Розроблення та встановлення спеціальної брендованої наліпки в кількості 10 шт., на столики у 4 літературних кафе столиці.					Строїч Ю. Костюк І. Ісай О.	Макети, акти виконаних робіт. Фото розміщені на інформаційних ресурсах проекту, фото в мережі від аудиторій. Інформація в медіа.	
3.6. Фотостафета за хештегом #Ячитаюати? З представниками різних молодіжних субкультур.					Строїч Ю. Костюк І. Ісай О.	Здійснена фотозйомка героїв. Фото розміщені на інформаційних ресурсах проекту, фото в мережі від аудиторій та учасників фотостафети.	
3.7. Створення підкастів «Почуй голос іншого» з компанією «АБУК»: 6 підкастів хронометражем 20 хв кожний з 6-ма провідними українськими авторами.					Строїч Ю. Костюк І. Ісай О.	Акти виконаних робіт, підкасти розміщено в ефірі на Радіо Сковорода, радіо Н.В, KMBS podcast, інформація розміщена на інформаційних ресурсах проекту та на сайті компанії «Абук».	
3.8. Створення та запуск в мережу стікерпаків для Telegram.					Строїч Ю. Корнецька І. Петрук А.	Макети, інформація розміщена на інформаційних ресурсах проекту для скачування аудиторією.	
3.9. Проведення конкурсу, промо проекту в мережах книгарень.					Строїч Ю. Корнецька І.	Розроблено та проведено конкурс, у залах книгарень, розміщено 100 плакатів проекту з QR-кодами, за якими можна перейти на сторінку проекту.	
3.10. Робота з сувенірною продукцією в рамках промо проекту.					Строїч Ю. Корнецька І.	Сувенірна продукція розіслана макро та мікро інфлюенсерам. Наявність постів про проект на сторінках соціальних мереж макро та мікро інфлюенсерів.	
4. Інформаційний супровід							1020068

4.1. Створення та ведення сторінок соціальних мереж проекту Instagram, Facebook, Telegram, YouTube канал.						Строїч Ю. Колодич Ю. Костюк І. Ісай О. Пестерева А.	Готові сторінки проекту Instagram, Facebook, Telegram, YouTube канал проекту.
4.2. Ведення та наповнення інформаційним контентом сайту проекту.						Строїч Ю. Костюк І. Ісай О..	Опубліковано на сайт не менш ніж 100 матеріалів про перебіг проекту та дотичних до теми.
4.3. Виготовлення проморолика проекту.						Строїч Ю.	Готовий та розміщений 1 відео проморолик на сайт, Instagram, Facebook та YouTube канал проекту.
4.4. Проведення поетичного змагання між зірками шоу-бізнесу. Створення 3 відеороликів поетичних змагань хронометражем до 6 хв кожний.						Строїч Ю. Костюк І. Ісай О.	Готові та розміщені відеоролики на сайт, Instagram, Facebook, Telegram та YouTube канал проекту. Інформація в медіа.
4.5. Створення 6 тематичних відеороликів проекту.						Строїч Ю.	Готові та розміщені відеоролики на сайт, Instagram, Facebook, Telegram та YouTube канал проекту.
4.6. Фото та відео фіксація всіх активностей проекту.						Строїч Ю.	Готові та розміщені фото та відео всіх активностей під час проведення кампанії на сайт, Instagram, Facebook, Telegram та Youtube канал проекту.
4.7. Рекламне таргетування контенту проекту за допомогою просування сайту, челенджів, рекламних постів, банерів Instagram, Facebook, Telegram та відео YouTube, медійної підтримки проекту.						Строїч Ю. Костюк І. Колодич Ю.	Охоплена цільова аудиторія. Наявний фото, відео, медійний контент на сторінках проекту. Відкритий для доступу та перевірки кабінет Google Analytics. Надані відповідні звіти та виписки.
4.8. Спецпроекти з інтернет медіа: ВІТ.ua та/або Vgorode та/або The Village						Строїч Ю. Костюк І. Корнецька І. Пестерева А.	Розміщені 2 спецпроекти на відповідних ресурсах.
4.9. Розміщення інформаційних матеріалів (репортажі, статті, інтерв'ю, огляди) на онлайн інформаційних ресурсах: slukh.media, Шо там, The Village, Хмарочос, Телебачення Торонто, Yabl, Читомо, Літакцент, vgorode.ua, Детектор медіа, MBR (Media Business Reports), Сомма, medialab, LiRoom, Vertigo, Мітец, Український інтерес, Культура і життя, Ураїна молода. Телеграм каналах: https://t.me/mind_live , https://t.me/studwaydiem , https://t.me/jopnuta_podruha https://t.me/tginu_a , https://t.me/Vtemi , https://t.me/ukrainiatrash .						Строїч Ю. Ісай О.. Корнецька І. Пестерева А.	Розміщено 21 інформаційний матеріал на відповідних інформаційних ресурсах. Список посилань.
4.10. Проведення челенджу з макро- та мікро-інфлюенсерами.						Строїч Ю. Костюк І. Ісай О.	Наявність постів про челендж на сторінках соціальних мереж

						макро та мікро інфлюенсерів.	
4.11. Створення та запуск фінального відео проморолика проекту.						Строїч Ю.	Готовий та розміщений 1 фінальний відеоролик на сайт, Instagram, Facebook, Telegram та Youtube канал проекту.
5. Підготовка звітності							101020
5.1. Підготовка фінансового звіту						Строїч Ю. Родіна Г. Сауріна Н.	Готовий фінансовий звіт.
5.2. Підготовка змістового звіту						Строїч Ю. Костюк І. Корнецька І.	Готовий змістовний звіт.
5.3. Підготовка аудиторського висновку						Строїч Ю. Аудитор	Готовий аудиторський висновок.

Оцінка ефективності проєкту

Фінальне охоплення:

- Таргетована реклама в Facebook та Instagram: – 100 000
- Таргетована реклама в YouTube – 20 000
- ЗМІ – 500 000
- Інфлюенсери – 1 000 000

Загальний прогноз охоплення за рахунок показників складає понад 1 620 000 контактів. Органічний трафік в соціальних мережах проєкту, на сайт проєкту, зовнішня реклама, підкасти, сувенірна та поліграфічна продукція, майданчики продажу книжок також мають додаткове охоплення, яке неможливо відслідкувати.

Кількісні показники результатів реалізації проєкту

Канал комунікації	Формат	Кількість публікацій/ матеріалів
Facebook, Instagram, Telegram	Публікації на сторінках в соцмережах/репости публікацій проєкту, таргетування аудиторії	103
YouTube	Промо-ролик, тематичні та фінальний відеоролик проєкту, поетичні змагання зірок	11
Сайт	Матеріали про перебіг проєкту та дотичні теми	50
Спецпроєкти ЗМІ	Спецпроєкти з інтернет медіа ВІТ.ua, Village, та/або Шо там, Vgorode	2
Інші ЗМІ	Матеріали для онлайн інформаційних ресурсів	29
Інфлюенсери	Наявність постів про проєкт на сторінках соціальних мереж макро та мікро інфлюенсерів	40
Зовнішня реклама	Метро	6
	Громадський транспорт (автобус)	3
	Книжкова інсталяція у парку	1
Підкасти	Студійні підкасти хронометражем 20 хв.	6
Сувенірна та поліграфічна продукція	Світшоти (100 шт.), футболки (100 шт.), екоторбинки (100 шт.), чашки (100 шт.), закладки (5000 шт.), стікери (1000 шт.), стікер паки (500 шт.), буклети (1000 шт.), плакати (100 шт.)	8000

Висновки

Після опрацювання проблематики та створення PR-концепції можна зробити висновок, що комплексний підхід до просування ідеї може гарантувати збільшення зацікавленості у населення та, як наслідок, продажу книжок.

Важливо чітко сформулювати стиль бренду та дотримуватися його абсолютно у кожному необхідному для інформаційного забезпечення матеріалі. Організація соціальної PR-кампанії – це складний та дуже відповідальний процес, який потребує аналітичних, організаційних, креативних, комунікативних навичок.

Інформаційний супровід формується у поєднанні як вербальних, так і невербальних засобів. Це треба враховувати та робити акцент на тому, що в певний період часу є популярним. Не потрібно забувати про індивідуальність, унікальність та створення якісного цікавого контенту. Саме це є характеристикою справжньої унікальної PR-концепції, яка зацікавить аудиторію.

Список використаних джерел

1. Анісімова О. М. Сучасна українська книга в житті молоді через призму соціологічного дослідження [Електронний ресурс] / О. М. Анісімова – [Режим доступу] – <http://journals.uran.ua/bdi/article/view/189843> (дата звернення: 12.12.2019). – Назва з екрана.
2. SWOT-аналіз: сутність та сфера застосування. Реферат [Електронний ресурс]. – [Режим доступу] – <https://osvita.ua/vnz/reports/management/15382/> (дата звернення: 10.02.2021). – Назва з екрана.
3. Что такое PESTLE-анализ и зачем он маркетологу [Електронний ресурс]. – [Режим доступу] – <https://l-a-b-a.com/blog/1618-chto-takoe-pestle-analiz-i-zachem-on-marketologu> (дата звернення: 10.02.2021). – Назва з екрана.
4. Формуємо ціннісну пропозицію і бізнес-модель для культурної спадщини [Електронний ресурс]. – [Режим доступу] – <https://reherit.org.ua/formuyemo-tsinnisnu-propozytsiyu-i-biznes-model-dlya-kulturnoyi-spadshhyny> (дата звернення: 10.02.2021). – Назва з екрана.
5. Дорош В. СОЦІАЛЬНИЙ ПРОЕКТ ЯК ЕЛЕМЕНТ РЕАЛІЗАЦІЇ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ [Електронний ресурс] / В. Дорош – [Режим доступу] – <http://oldconf.neasmo.org.ua/node/3157> (дата звернення: 10.02.2021). – Назва з екрана.
6. Як подати заявку до Українського культурного фонду [Електронний ресурс]. – [Режим доступу] – https://ucf.in.ua/p/how_to_apply (дата звернення: 10.02.2021). – Назва з екрана.

Додатки

Додаток А

Клієнтський бриф

Організатор/ініціатор проекту	Всеукраїнський рейтинг «Книжка року»
Характеристики ЦА	<p>Соціо-демографічні: 16-27 років, будь-якої статі, української національності.</p> <p>Географічні: Україна</p> <p>Психографічні: люди зі способом життя середньої активності, шукають нові шляхи для саморозвитку</p> <p>Поведінковий: привід для покупки (отримати емоції, нові знання), вигоди (локалізація: українські автори, грамотна українська мова)</p>
Ставлення	<p>Переважна більшість респондентів вважають, що читання сприяє саморозвитку (з цим цілком або скоріше згодні 92% опитаних) ,сприяє комунікації з людьми (79%), дозволяє розслабитися і відволіктися від рутини (77%). Найчастіше респонденти віддають перевагу читанню соціальних мереж та Інтернет-ЗМІ, блогів, форумів (відповідно 34% і 27% читають їх щодня).</p> <p>Друковані книжки щодня читають лише 8%, кілька разів на тиждень – 16%, електронні чи аудіокнижки – відповідно 4% і 11%. Ніколи не читають друкованих книжок 36% респондентів, ніколи не читають (не слухають) електронних чи аудіокнижок 65% опитаних.</p> <p>Найчастіше читають друковані книжки студенти та учні, хоча 19% з-поміж них зазначили, що не читають книжок взагалі, а 20% – лише кілька разів на рік. Частіше (слухають) електронні та аудіо книжки студенти та учні..</p> <p>Найчастіше електронні книжки респонденти читають зі смартфона (21%) та з комп'ютер чи ноутбука (13%). Смартфони використовують 39% молодих людей віком від 15 до 25 років, а серед представників студенської та учнівської молоді – 48%. 30% респондентам від 15 до 25 років зручніше читати українською мовою, а 25% - російською.</p> <p>Чим молодші респонденти, тим частіше вони придбають книги в Інтернет-магазинах Переважна більшість тих, хто читає електронні</p>

	книжки (92%), завантажує їх в Інтернеті безкоштовно, лише 8% купують разово на спеціалізованих сайтах і лише 3% користуюся онлайн-підпискою. Найчастіше книги купуються у маленьких місцевих книгарнях, на ринку та у великих книжкових мережах.
Довгострокові цілі	<ul style="list-style-type: none"> - Збільшити рівень збуту книг українських авторів в реальних магазинах, в інтернет-магазинах, в аудіо вигляді на 15%; - Популяризувати читання книг українською мовою;
Основа PR-повідомлення	«Не важливо, де ти читаєш, важливо – що саме»
Види просування	Інфлюенсери, зовнішня реклама, вірусні ролики на YouTube, челенджі у соціальних мережах
Проблеми	<p>Аудиторія 16-20 років:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Нелюбов до української літератури після школи, де її змушували читати - Нелюбов до великого обсягу інформації (надання переваги коротким описам) <p>Аудиторія 21-27 років:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Незнання, де можна знайти цікаву інформацію про сучасний літературний стан української книги - Надання переваги подкастам, недостатня кількість українських книг за доступною ціною - Ставлення суспільства
Терміни проведення	кінець липня – жовтень 2020
КРІ	Продаж книг Кількість тих, хто візьме участь в активностях

SWOT-аналіз

Сильні сторони	Слабкі сторони
Фінансова підтримка з боку УКФ	Маленька тривалість активності (3 місяці)
Власний унікальний брендований мерч	Неможливість проведення офлайн заходів
Колаборація з книжковими магазинами для отримання знижок на певні товари (магазин Наш Формат)	Аудиторія впевнена в завищенні цін на певні товари
Отримання брендованого мерчу в подарунок при покупці книги (закладка)	
Власний фірмовий стиль	
Мерч для різного вжитку	
Комфортний та унікальний дизайн	
Можливості	Загрози
Зайти на весь ринок України	Сильна конкуренція безкоштовних електронних ресурсів
Колаборація з телевізійними холдингами	Зниження реального доходу населення
Запуск власного радіо шоу	Малий тираж через дорогу поліграфію
Співпраця за бартером з партнерами (послуги за рекламу)	
Рекламування проекту за допомогою блогерів, просто подарувавши їм мерч	

PESTLE-аналіз

ПОЛІТИЧНІ ФАКТОРИ	Зміни в галузі	Зміни в проєкті	Дії
Лояльність місцевої влади	Дають право на розміщення реклами, структур	Дають право на реалізацію проєкту	Якщо потрібне певне розміщення, просити дозволу і відповідного органу влади
Зміни в законодавстві	Змінюють політику ведення бізнесу	Змінюють політику на дозвіл певного розміщення тощо	Під час проєкту неодноразово перевіряти зміни у законодавстві, якщо такі будуть
Зміни положення України на міжнародній арені	Дає можливість випускати більше творів зарубіжних, або, навпаки, імпорт українських товарів	Ніяких змін не несе	Слідкувати за положенням справ
Вибори	Не несе впливу	Велика частка місць для розміщень реклами зайнята	Заздалегідь підписати усі договори щодо розміщення на підходящих точках
ЕКОНОМІЧНІ ФАКТОРИ			
Нестабільність курсу валюти	Ціна за книгу (друковану/електронну) може почати коливатися	Треба домовлятися з книгарнями щодо знижок на книги, це може бути проблематично	Заздалегідь доовитись про знижки з деякими книгарнями лише на обрані товари
Зниження доходу населення	Через високу ціну друковані книги будуть менше купляти	Треба домовлятися з книгарнями щодо знижок на книги, це може бути проблематично	Заздалегідь доовитись про знижки з деякими книгарнями лише на обрані товари
Збільшення орендної ставки	Закриття деяких точок через неможливість оплатити оренду	Треба домовлятися з книгарнями щодо знижок на книги, це може бути проблематично	Заздалегідь доовитись про знижки з деякими книгарнями лише на обрані товари
СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНІ ФАКТОРИ			
Посилення карантинних заходів	Закриття офлайн точок, можливість продавати тільки онлайн	Неможливість розмістити брендований матеріал в офлайн точках	Розсилка мерчу блогерам, популяризація через розіграші
Кваліфікований персонал	Хороші менеджери в офлайн точках та діджитал спеціалісти	Хороші спеціалісти у галузі діджитал, SMM, знімальна група	Взяти на роботу кваліфікований персонал для хорошого результату

Довірливе ставлення до УКФ	Можлива підтримка з боку фонду	Довірливе ставлення до самого проекту, його значимість	Залучитися підтримкою від УКФ, використовувати кругом їхній лготип
Підвищення культурного рівня молоді	Більший прибуток, обізнаність	Обізнаність у пректі, наші меті, популяризація читання серед молоді	Розробка цікавих ініціатив для більшого популяризування
ТЕХНОЛОГІЧНІ ФАКТОРИ			
Канали електронного продажу	Додаткове розміщення власних матеріалів	Додаткові лінки для популяризування	Популяризувати українські видавництва та електронні лінки, де можна придбати їхню продукцію
Власні електронні ресурси для поширення інфи	Додатковий майданчик, де можна популяризувати власну продукцію	Персональні сторінки, де можна розмістити всю інформацію про проєкт, партнерів та книгарні	Розміщення інформації про проєкт, партнерів та книгарні
Прискорюючі технологічні зміни	Додатковий майданчик, де можна популяризувати власну продукцію	Додатковий майданчик, де можна популяризувати власний матеріал	Користуватися усіма новинками, пробувати різні формати для передачі інформації
ПРАВОВІ ФАКТОРИ			
Закон про авторське право і суміжні права	перевірка усіх прав на володіння книги та її поширення	Перевірка усіх прав на використання чужих цитат у власних намірах	Перевірка усіх прав на використання чужих цитат у власних намірах
Закон про власність	перевірка усіх прав на володіння тієї чи іншої офлайн точки/доменного імені	Перевірка усіх прав на зйомку того чи іншого ролика у рамках проєкту	Перевірка усіх прав на зйомку того чи іншого ролика у рамках проєкту
ЕКОЛОГІЧНІ ФАКТОРИ			
Смертельний вірус	Менше відвідувачів на офлайн точках	Просування тільки онлайн	Створення цікавих онлайн ініціатив та онлайн розіграшів
Погодні коливання	Ніяким чином не впливає	Ніяким чином не впливає	Ніяким чином не впливає
Переробка паперу	Експлатація старих примірників, щоб виробити нові	Популяризація не тільки друкованих книг, але і інших	Популяризація не тільки друкованих книг, але і інших
Вирубка лісів	Експлатація старих примірників, щоб виробити нові	Популяризація не тільки друкованих книг, але і інших	Популяризація не тільки друкованих книг, але і інших

Карта ціннісної пропозиції

Пріоритетність (спадання від найбільш до найменш)		
Карта цінності		
Товари та послуги	Фактори допомоги	Фактори вигоди
Електронна книга	інформативний та легко доступний контент	допомагає формувати ідеї
Аудіокнига	різноманітність жанрів	допомагає правильно використовувати час
Друкована книга	нижча ціна на друковані та електронні книги	допомагає знаходити таких самих однодумців
Брендований мерч	Місце для читання в кафе	допомагає полюбити читання
Веб-сайт проєкту (цікавинки зі сфери сучасної української книги)	ексклюзивні та інформативні подкасти	допомагає знайти найбільш зручний формат читання
Унікальний відео-контент на ютуб каналі	приголомшливий реп-батл – синтез сучасного хіп-хопу та класичної поезії	допомагає відкрити світ сучасної української літератури
Стікери в Телеграмі	власна підбірка книг за форматами та жанрами	
	короткі цитати-ідеї	
1 сегмент: Новоприбулі (16-20 р.)		
Робота	Біль	Вигода
Вільно володіти рідною мовою	Нестача часу	Конкретні рекомендації (які книги зараз топ-10)
Мати репутацію начитаної (розумної) людини	Відсутність різноманітності жанрів	Використання ідеї
Підвищувати кваліфікацію і робити кар'єру	Нестача коштів на покупку книги	зв'язок з єдинодумцями
Співпрацювати із спеціалістами в певній галузі	Відсутність цікавого сучасного розважального контенту на книжну тематику	допомагає доносити власні ідеї до інших
Ділитися інформацією і просувати ідеї	Немає проінформованості про корисні ресурси для читання	продуктивне використання часу
Добре виконувати свої завдання		заощадження грошей, але отримання хорошого продукту
Запам'ятовувати одночасно великий обсяг інформації		допомагає в тяжких ситуаціях
Розмовляти сленговою мовою	нестача ідей, як ще виділитися серед однолітків	безкоштовні ресурси для прослуховування книг
Часто гуляти з друзями	нестача контенту, де б круто подали укр. Літературу	знаходження нових друзів

Вести соц. Мережі та мати достатню аудиторію	немає проінформованості про круті ресурси для читакння	
Слухати сучасну музику, переважно хіп-хоп		
2 сегмент: Зайняті працівники (21-27р.)		
Працювати на роботі	Необізнаність у сучасній українській лутературі	Обізнаність у сучасних тенденціях
Мати репутацію серйозної та розумної людини	Нестача ресурсів. Як цікаво провести час	Бути наставником для молодшого покоління
Переконувати інших у своїй думці/ідеї	Нестача електронних книг укр мовою	Допомагає доносити власні ідеї до інших
Йти в ногу із сучасним світом		Достатня кількість ресурсів для саморозвитку
Впевнено приймати рішення		
Бути прикладом для наслідування		

Сайт

<https://www.read-dream.com.ua/>

Про проєкт [Активациі](#) [Відео](#) [Блог](#) [Галерея](#) [Літературні кафе](#) [Подкаст](#) [Книжка Року](#)

Чи можливо сформувати стійкий інтерес до читання літератури серед молоді?

Книга вимагає від читача уваги і залучення. На її сторінках не просто нова інформація, а цілий світ автора, відповіді на багато буденних питань, відсторонення від реальності та відпочинок.

Поринути в світ літератури можна будь-де — в метро, кафе або у черзі. І тому впевнено можна сказати: «Неважливо, де ти читаєш, важливо – що саме!».

Всоте скролити стрічку соцмережі чи прочитати декілька сторінок захопливої книги? Давай спробуємо знайти відповідь разом.

Платформа

Настільки різноманітний світ літератури та читання, настільки й різнобічний проєкт Читай & Фантазуй. У новому матеріалі для Платформа розповіли про...

Бекстейдж – Подкаст 5

Наш подкаст Почуй Голос Іншого можна не лише почути, але й заглянути за лаштунки запису. Співрозмовник п'ятого подкасту – Олексій...

Бібліотекарі

З появою сучасних гаджетів і пристроїв для читання ми все менше ходимо в бібліотеки і шукаємо друковані книжки. Ажде все...



Активациі

«МИ ЧИТАЄМО, А ТИ?»

Читання об'єднує всіх, незалежно від зовнішнього вигляду, світогляду, способу життя чи обраної професії...

БІЛЬШЕ

ЛІТЕРАТУРНИЙ БАТЛ

Літературний батл – це змагання двох виконавців у жанрі реп. У нашому форматі ми запропонували зіркам зачитати вірші українських класиків...

БІЛЬШЕ

КНИЖКОВА ІНСТАЛЯЦІЯ

У рамках кампанії у київському парку імені Тараса Шевченка біля фонтану розмістили яскраву книжкову інсталяцію...

БІЛЬШЕ

Соцмережі

Фейсбук

<https://www.facebook.com/Chytai.Fantazyi/>

ЧИТАЙ & ФАНТАЗУЙ

@Chytai.Fantazyi · Writing Service

Надіслати повідомлення

Головна Відгуки Світлина Відео Більше ▾

Подобається 🔍 ...

Інформація [Переглянути всі](#)

Соціальний проект з популяризації читання серед молоді за підтримки ...

Створити допис

Світлина/відео Відмітитися Позначити друзів

Читай & Фантазуй Надіслати повідомлення Подобається

Перегляньте дії людей, які керують контентом і публікують його.

Page created - 28 червня 2020 р.

Схожі сторінки

- Сліди на дорозі Roman Orel впод... Зацікавлення **Подобається**
- Фантастичні у... Andrii Bashtoyui в... Кіно-/телестудія **Подобається**
- Читомо Andrii Bashtoyui в... Сайт про суспіль... **Подобається**

Додайте свій бізнес у Facebook
Демонструйте свою роботу, створіть рекламу, контакуйте з клієнтами або прихильниками.
Створити сторінку


Конфіденційність · Умови користування · Реклама · Вибір реклами · Реп'яшки · Більше · Facebook © 2021

Напишіть коментар...

Читай & Фантазуй
3 листопада 2020 р.

А ви читаете і фантазуєте? Маркетолог Андрій Федорів та дизайнерка Катя Сільченко — так. У рамках нашого проекту вони розповідають, чому ж варто це робити. Дивіться!

#читай_та_фантазуй
#за_підтримки_укф



Відео дня

YABV.LUA
Андрій Федорів та дизайнерка Катя Сільченко розповідають, чому потрібно читати

Mila Isai, Елена Кадынская та ще 24 4 поширення

Instagram

<https://www.instagram.com/chutaifantazyi/>

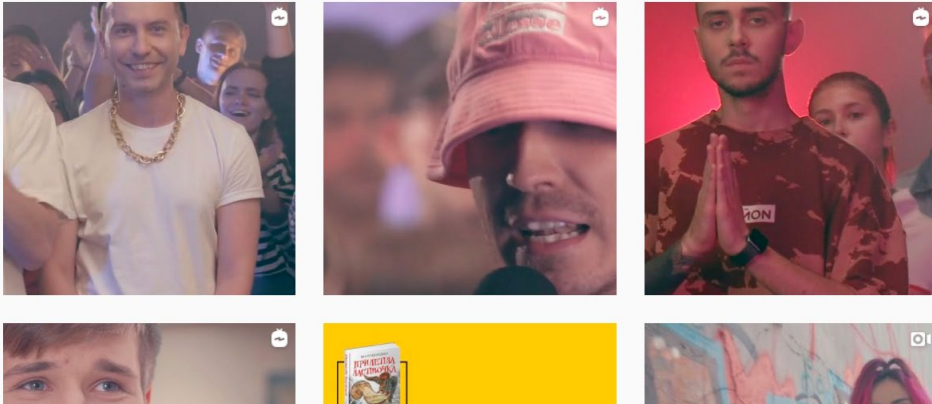
Instagram Search Log In Sign Up

chutaifantazyi Follow

28 posts 1,552 followers 47 following

Читай & Фантазуй
Кампанія реалізується за підтримки Українського культурного фонду, «Культурно-видавничого проекту «Книжка Року» та комунікаційної агенції SPN Agency.

POSTS IGTV TAGGED





ЧИТАЙ &
ФАНТАЗУЙ

**РОМАН «ЛЬОХ»
В'ЯЧЕСЛАВА МЕДВЕДЯ —
НАЙКОРОТШИЙ РОМАН
В УКРАЇНСЬКІЙ ЛІТЕРАТУРІ.**

За підтримки
УКФ




ЧИТАЙ &
ФАНТАЗУЙ

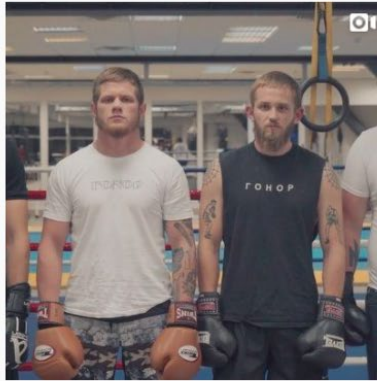
За підтримки
**УКРАЇНСЬКОГО
КУЛЬТУРНОГО
ФОНДУ**



ЧИТАЙ &
ФАНТАЗУЙ

**ПАНТЕЛЕЙМОН КУЛІШ ПИСАВ
СВІЙ РОМАН «ЧОРНА РАДА»
БЛИЗЬКО 14 РОКІВ.**

За підтримки
УКФ




ЧИТАЙ &
ФАНТАЗУЙ

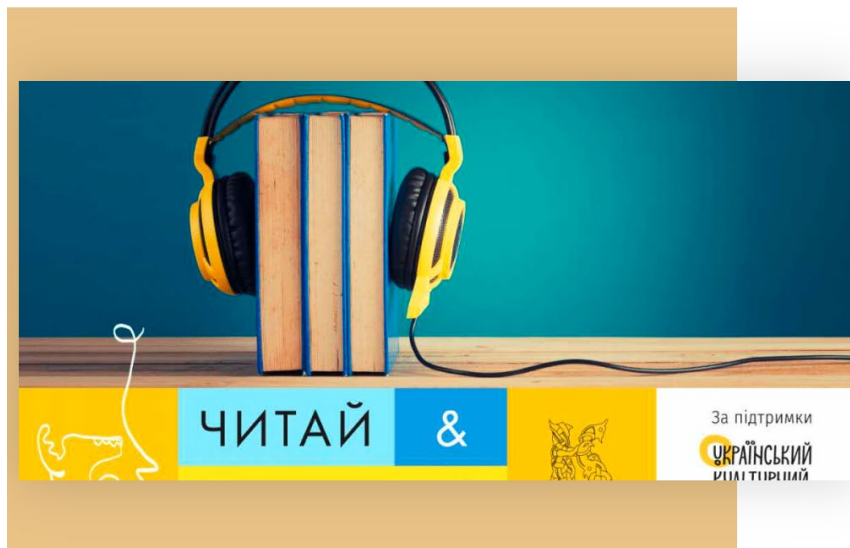
За підтримки
**УКРАЇНСЬКОГО
КУЛЬТУРНОГО
ФОНДУ**

YouTube-канал

<https://www.youtube.com/channel/UCgEVt7oTREo2OwWxbrLnkcQ>

Кейс-стопі

<https://shotam.info/chytay-fantazuy/>



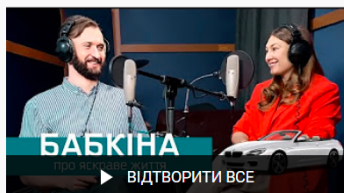
ЧИТАЙ & ФАНТАЗУЙ

Як українську молодь
закохують у літературу

Підкасти

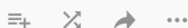
Почуй голос іншого

<https://youtube.com/playlist?list=PLZmpOyjTAMs6rNTjgA2IIeoZQvrSS87BB>




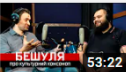
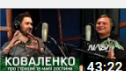
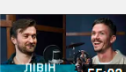
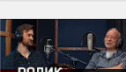
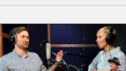
Почуй голос іншого

9 відео • 68 переглядів • Останнє оновлення:
11 груд. 2020 р.

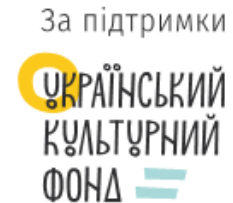
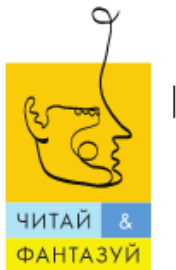


Martyn Yakub

ПІДПИСАТИСЯ

- 3  Антон Мартинов - Про плани захоплення Всесвіту
Martyn Yakub 43:28
- 4  Олексій Бешуля - Про українське книговидання
Martyn Yakub 53:22
- 5  Олексій Коваленко / "Довколаботаніка" - Про страшні та милі рослини
Martyn Yakub 43:22
- 6  Марк Лівін - про The Village та психотерапію
Martyn Yakub 55:02
- 7  Костянтин Родик - Про критику та російську книгу
Martyn Yakub 1:13:22
- 8  Світлана Привалова - Про дітей та депутатів
Martyn Yakub 49:00

Прес-реліз



«Читай & Фантазуй»: у парку імені Тараса Шевченка розмістили книжкову інсталяцію

У рамках PR-кампанії «Читай & Фантазуй» киянам нагадали про красу друкованих книжок

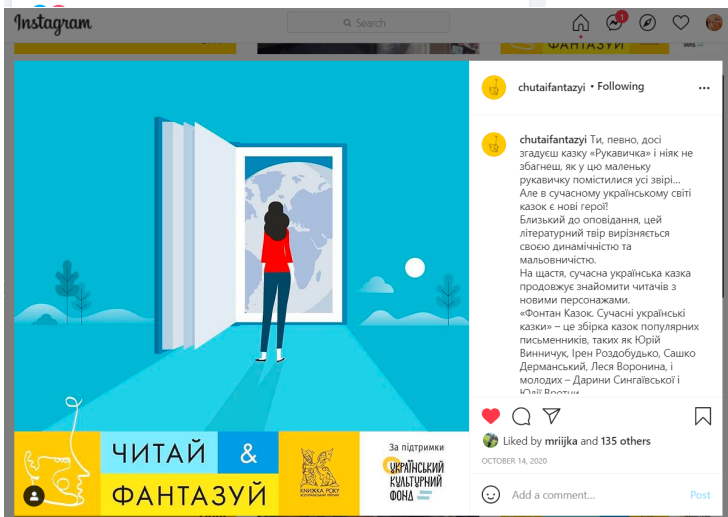
Ініціатори всеукраїнської PR-кампанії «Читай & Фантазуй» продовжують реалізовувати проекти, покликані заохотити молодь до читання книжок. У рамках цієї кампанії у київському парку імені Тараса Шевченка біля фонтану розмістили яскраву книжкову інсталяцію.

У сучасному світі ритм життя, особливо мешканців мегаполісу, стає все більш інтенсивним та динамічним. Але інколи ми відчуваємо, що занадто сильно загрузли у круговороті роботи та повсякденних справ.

Саме тому творці арт-проекту прагнуть нагадати про те, як важливо іноді відволікатися від гаджетів, щоб узяти до рук друковану книжку. Адже враження від гортання сторінок улюбленої книжки неможливо замінити.

Всеукраїнська соціальна PR-кампанія «Читай & Фантазуй» реалізується за підтримки Українського культурного фонду, «Культурно-видавничого проекту «Книжка Року» та комунікаційної агенції SPN Agency. Її мета полягає у формуванні в молоді стійкого інтересу до літератури.

Тексти для соцмереж (скріншоти)



Контент-план

Рубрика	Опис рубрики	Періодичність	Соціальна мережа	Візуалізація	День тижня ≈	Кількість постів ≈	Платна промоція ≈
"Твоя книга"	Цікаві факти про відомі літературні твори українських письменників	1 раз в 2 тижні	Facebook	Колаж з обкладинкою твору + лого проєкту, УКФ	Середа	11	Часково
Про українські видавництва / Партнерів проєкту	Розповідаємо про сучасні існуючі українські видавництва та про ті, що вже закрилися, але були відомі у свій час. Згадаємо визначні книги, що були видані цими видавництвами. А також розповідаємо про діячів, які заснували або є учасниками видавництв.	1 раз в 2 тижні	Facebook / Instagram	Фото за темою з лого проєкту, УКФ + графічні елементи	Вівторок	11	Частково
Що почитати?	Поради для нашої ЦА від блогерів, зірок вітчизняного шоубізнесу, експертів галузі, авторів проєкту та ін.	1 раз на місяць	Facebook / Instagram	Фото + лого проєкту, УКФ	Понеділок	5	Частково
Види читання	Оскільки формат читання впливає на якість сприйняття твору, швидкість опанування матеріалу та фінальні враження, ми вважаємо за необхідно продемонструвати специфіку, недоліки та переваги кожного з них.	1 раз на місяць	Facebook	Фото за темою з лого проєкту, УКФ + графічні елементи	Середа	5	Частково
Новини проєкту	Описуються всі активності, які здійснюються у рамках проєкту: співпраця з видавництвами, службами таксі та громадським транспортом, літературними кафе, інфлюенсерами, вихід подкастів, челенджі та розіграші у соціальних мережах від блогерів, інсталяція у парку, реклама на сітілайтах, поетичні змагання між	1 раз на тиждень	Facebook & Instagram	Фото + лого проєкту, УКФ (у разі, якщо мова про відео-контекст, тоді підгружається на нього лінк)	Ситуативно	22	Так

	зірками, фотопроекти, стікери для Telegram та ін.						
Цитата дня з відомого витвора мистецтва	Ситуативна цитата, яка підходить під певний день. Наприклад, коли погана погода, відповідно виставляємо цитату з українського видання, яка ілюструє цю погоду.	1 раз в 2 тижні	Facebook & Instagram	Фото за темою з лого проєкту, УКФ + графічні елементи	Ситуативно	11	Частково
Хто зараз на чолі книжкової індустрії?	Знайомимо ЦА з індустрією через публікації про визначних українських літературних діячів, розповідаємо про премії та гранти, про тренди та майбутнє індустрії.	1 раз в 2 тижні	Facebook	Фото + лого проєкту, УКФ	Четвер	11	Частково
Книжковий дайджест	Бестселери українського ринку за місяць (спільно з книжковими партнерами проєкту)	1 раз на місяць	Facebook & Instagram	Колаж, який складається з фото книжок, поєднаний зі стилем проєкту, його візуальною складовою (лого, або інші елементи)	П'ятниця	5	Так
Жанрова специфіка	Розповідаємо про певний жанр, його специфіку, а також додаємо ряд відомих українських видань цього жанру.	1 раз на місяць	Facebook & Instagram	Фото із ілюстрацією жанру та назв книг цього жанру, поєднане зі стилем проєкту, його візуальною складовою (лого, або інші елементи)	Понеділок	6	Частково

Активациі у рамках проєкту

Аудиторія 16 – 20 рік	Аудиторія 21 – 25 років
<p style="text-align: center;">Поетичні змагання</p> <p>Поетичні змагання схожі за форматом на реп-балт, тобто змагання двох виконавців у жанрі реп за допомогою спеціальної рими. Зірки стають у середину зали і їх оточують групи підтримки. У нашому форматі ми пропонуємо зіркам зачитати вірші українських письменників – класиків та сучасників.</p> <p>Таким чином ми отримуємо подвійне протиставлення: візуальне (виконавці різних шкіл – новатори та ветерани шоубізнесу) та стилістичне (вірші різних письменників).</p> <p>Можливо реалізувати у партнерстві з музичним онлайн-медіа «СЛУХ». Майданчик – Youtube.</p>	
<p style="text-align: center;">Колаборація з книжковими мікро-інфлюенсерами</p> <p>Запустити декілька читацьких марафонів у співпраці з видавництвами (наприклад, Видавництво Старого Лева, А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА, Наш Формат, Arthuss та ін.) та українськими книжковими блогерами, які мають від 5 до 15 тисяч підписників.</p> <p>Такі лідери громадської думки точно знають, що буде цікавим їх аудиторії, вірні своїм підписникам і темі аккаунту, не намагаються сподобатися абсолютно всім. Рівень довіри до цих блогерів дуже високий.</p>	
<p style="text-align: center;">Челендж від макро-інфлюенсерів</p> <p>Активациа з інфлюенсерами у соціальній мережі Інстаграм.</p> <p>Ідея – блогери залишають у творах сучасних українських авторів у книгарнях послання для своїх підписників і дають підказку, де їх шукати. Ті, хто першими знайдуть ексклюзивні книжки, отримають подарунки від проєкту «Читай&Фантазуй».</p> <p>Можливі книжкові партнери:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Книгарня Є; ▪ Наш Формат; ▪ Видавництво Старого Лева; ▪ А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА. 	
<p style="text-align: center;">Реклама на громадському транспорті</p> <p>Брендування автобусів та тролейбусів, а також співпраця зі службою таксі (Uklon/Bolt/Uber).</p> <p>Ми багато часу витрачаємо на дорогу до школи, інституту та роботи. Але, чи ефективно ми його заповнюємо?</p> <p>Наше завдання – підштовхнути людей замислитися, чи не марнують вони такий великий проміжок часу. Адже варто кожен вільну хвилину витратити на свій розвиток, як особистісний, так і професійний.</p>	

Стікери для месенджера Telegram	
<p>Чому ми обираємо Telegram? Бо це популярний месенджер зі 150 мільйонами користувачів. Стікерпак – це сильний маркетинговий інструмент, який допоможе підвищити лояльність цільової аудиторії.</p> <p>Стікери слугують збільшенню пізнаваності проекту – ними будуть користувачі ділитися з друзями та додавати собі. Таким чином буде рости та зміцнюватися імідж проекту «Читай&Фантазуй».</p>	
Книжкові інсталяції у парках Києва	
<p>Ідея – нагадати аудиторії, що ми надто сильно загрузли у динаміці сучасного світу, своїх особистих справах та телефонах.</p> <p>На книжках обов'язково розміщуються QR-коди, які будуть перенаправляти на інформацію про проєкт та УКФ.</p>	
<p>Слоган додаткової кампанії: «Я читаю, а ти?»</p> <p>Фотопроект, у якому візьмуть участь підлітки, які відносять себе до різних субкультур та мають свій унікальний стиль.</p> <p>Головний меседж – незалежно від зовнішнього вигляду та способу життя, нас об'єднує читання та бажання розвиватися.</p>	<p>Слоган додаткової кампанії: «Почуй голос іншого»</p> <p>У рамках партнерства з компанією АБУК для просування аудіокниг:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Запустити знижку на місяць на всі книжки українських сучасних авторів, а також розіграш на основних сторінках аудіокнигарні. • Створити подкаст, присвячений літературі, або користі читання, спільно з... • Радіо Сковорода. Програма «ПроМетод з Ганною Гавриш», тема «Як знайти себе за допомогою літератури» • KMBS podcast. Тема «Чим читання корисне? Добірка наукових досліджень» • ПОДКАСТЕР. Тема «Чому варто читати українських сучасних письменників?» • Запустити проєкт про читання, де буде зібраний мікс актуальних тем – від ідей, як прищепити дітям змалку любов до читання до добирки українських письменників, які популярні закордоном.

Список ЗМІ для розсилки прес-наків

№	Назва	Головний редактор	Посилання на сайт
1	bit.ua	Єлизавета Бордунова	bit.ua
2	The Village Ukraine	Андрій Баштовий	the-village.com.ua
3	Bestin.ua	Дмитро Дір	bestin.ua
4	Wonderzine Ukraine	Анна Хаєцька	wonderzine.com.ua
5	WOMO	Вікторія Покатіс	womo.ua
6	The Devochki	Оксана Павленко	thedevochki.com
7	БЖ	Аня Білоус	bzh.life/ua
8	Buro 24/7	Тетяна Соловей	buro247.ua
9	Хмарочос	Юлія Салій	hmarochos.kiev.ua
10	Vector	Денис Маракін	vctr.media
11	Mind.ua	Євген Шпитко	mind.ua
12	Na Chasi	Олександр Мамзуренко	nachasi.com
13	MC Today	Тимур Ворона	mc.today
14	Promum	Ксенія Букшина	promum.com.ua
15	Anywell	Тамара Мироненко	anywellmag.com
16	ELLE	Катерина Мухіна	elle.ua
17	Cosmopolitan Ukraine	Олександра Буринська	cosmo.com.ua
18	Pink	Марія Фуртас	pink.ua
19	Platforma	Юрій Марченко	platfor.ma
20	Читомо	Оксана Хмельовська	chytomo.com

Додаток П

Список інфлюенсерів

№	Ім'я	Посилання на аккаунт	К-ть підписників	Сфера діяльності	Меседж до ЦА
1	Ольга Котрус	@okotrus	28 700	Письменниця	Ольга довгий час жила у Парижі і відома своїми пізнавальними матеріалами про це місто. Наразі вона живе у Києві, випустила кілька книжок. До своєї аудиторії вона може донести думку, що читання розкриває перед нами горизонти та дає шанс на яскраві можливості.
2	Ліліт Саркісян	@litsarkisian	60 600	Ілюстраторка	Ліліт відома серед нашої ЦА як людина, що самотужки досягла свого успіху. Вона також виступає ілюстраторкою до українських книжок. Меседж від Ліліт – читайте, адже книжки розширюють нашу фантазію, ми яскравіше починаємо сприймати світ.
3	Алла Клименко	@allaklymenko	71 300	Мотиваційна тренерка	Алла – відома мотиваційна лекторка у Києві, співзасновниця проєкту Upgrade. До своєї аудиторії вона може звернутися з посилом, що книги є невід'ємною частиною саморозвитку людини та можуть допомогти знайти себе, вирішити певні життєві питання.

4	Женя Гаврилко	@eugeniahavrylko	54 400	Брендменторка	Женя відома не тільки, як професійна маркетологиня, а й як мандрівниця. Тому до своїх підписників вона може звернутися з меседжем, що книги – це найкращі супутники у подорожах.
---	----------------------	------------------	--------	---------------	--

5	Даша Коломієць	@dariakolomiecs_	49 100	Ді-джейка, телеведуча	Посил від Даші – пошук натхнення на нові проєкти через читання, книги дають нам сили на нові звершення.
6	Ірена Карпа	@qarpa	21 900	Письменниця	Ірена – яскрава творча натура, яка вірить в українську літературу. Вона впевнена, що у нас в країні з'являється все більше якісних авторів, більше перекладів іноземними мовами, більше вдячних читачів. Тому її меседж до аудиторії – цінувати та пишати українськими авторами, які намагаються прославити Україну далеко за її межами.
7	Альона Гудкова	@gudkova_alyna	32 800	СЕО Кураж Базар	Альона часто проводить літературний Кураж Базар. Тому один із можливих меседжів – читай різну літературу, головне, аби вона була для тебе актуальною саме у цю мить. Окрім того, Альону також можна залучити у співпрацю по популяризації аудіокниг, оскільки вона сама їх дуже любить.

8	Майкл Щур (Роман Винтонів)	@michael.shchur	26 600	Телеведучий	Дуже проактивний український телеведучий. Його меседж – читай, аби не бути як всі, аби стати незалежним від чужої думки та критично оцінювати реальність.
9	Яніна Соколова	@yanina_sokolova	75 100	Телеведуча, акторка	Яніна нещодавно поборолася раком, написала книгу про непростий свій шлях. Її послання – наповнити життя яскравими емоціями, живіть та пізнайте його сповна. Читання – це своєрідна антистресова терапія, враховуючи активний ритм життя людей у 21 столітті.

1 0	Христина Соловій	@soloviyka	37 700	Співачка	Христина є представницею нового покоління української музики. Меседж – перевага читання в тому, що ви ненароком стаєте учасниками художнього твору. Автор фіксує на папері своє бачення світу, своїми словами і своїми поняттями. Читач, маючи власний внутрішній світ, що відрізняється від автора, інтерпретує всі ці поняття по-своєму і створює новий внутрішній світ, з нових художніх образів.
--------	-----------------------------	------------	--------	----------	--

1 1	Наталія Жижченко (ОНУКА)	@onukaofficial	85 900	Співачка	У своїй творчості Наталія поєднує електронну музику з українськими інструментами (бандура, сопілка та ін.). Одна з її пісень присвячена трагедії у Чорнобилі, а також один із кліпів знятий на сміттесортувальній станції. Наталія у будь-яку вільну хвилину надає перевагу читанню, тому можна зробити посил – читання, як спосіб відпочити та одночасно збагатити свій світогляд.
1 2	Марія Оз	@dukhovnoe_1itso	130 000	Візуальна художниця	Марія стала популярною в українському Інстаграмі завдяки своїм stop motion відео. Тому її меседж – як знайти натхнення, мотивацію на нові звершення і вийти з зони комфорту.
1 3	Таня Пренткович	@tanyaprentkovich	1,1 млн	Блогерка, рестораторка	Тетяна сучасна та успішна дівчина, живе у шаленому ритмі і встигає не тільки робити бізнес, а й виховувати дітей. Вона знає, як важливо дотримувати балансу і не забувати про саморозвиток.
1 4	Анастасія Дєєва	@nastya_dieieva	11 600	Менторка	Саморозвиток і готовність вивчати нове – головна запорука щасливого життя на успішній кар'єри.
1 5	Олександр Куровський	@kurovskiy	224 000	Ведучий	Ми ніколи не пожалкуємо, що занадто багато читали. Скоріш за все, навпаки. Тому

					не думайте, що читання – марний процес і не підходить до активного способу життя.
1 6	Дмитро Дір	@dmitry_dir	25 300	Головний редактор bestinua	Для того, щоб кожен день з'являлися нові можливості та відкривалися нові горизонти, потрібно не забувати про себе, свій розвиток. Головне джерело натхнення на нові звершення та джерело невичерпних знань – книга.
1 7	Марк Лівін	@marklivin	20 400	Співзасновник The Village UA, Wonderzine UA	Життя – це момент і його необхідно наповнювати неповторними емоціями. Подаруй їх собі, читай книжки.
1 8	Валерія Квасневська	@valerie_kvasevskaya	10 700	Авторка, артдиректор GARA UA	Як знайти свій шлях та зрозуміти ким стати у майбутньому? Що робити у складних життєвих ситуаціях? Відповідь на ці питання часто можна знайти на сторінках різноманітних книжок, адже коли ми потрапляємо у світ героїв, можемо на собі відчути їх емоції та відчуття від прийнятих рішень.
1 9	Юлія Бевзенко	@yuliabevzenko	20 000	Екскурсовод по Києву	Київ – місце сили для багатьох та місто, у яке завжди хочеться повертатися з будь-якого куточку світу. Так само і книжки, вони є цілим Всесвітом, у який інколи просто необхідно поринути.

2 0	Катерина Бабкіна	@babkina	10 800	Письменниця	Щоб відчуті світ письменника – не обов'язково з ним бути особисто знайомим. Найкращий екскурс у його життя – його літературний витвір.
2 1	Дана Павличко	@danapavlychko	6 000	Директорка видавництва “Основи”	Книжки – витвір мистецтва і завжди закабровують нашу реальність. Читайте сучасних українських авторів і дивіться на сьогодення з іншого боку.

2 2	Валентина Хамайко	@valentinakhamai	165 000	Ведуча “Сніданок Вихідний” на 1+1	Батьки – головний приклад та мотивація для дітей. Вони мають своїми корисними звичками привчати дітей до самостійності та надихати. Тому потрібно не тільки розповідати про необхідність читання літератури, а й на власному прикладі демонструвати це.
2 3	Інна Мірошниченко	@_inna_mi_	51 000	Блогерка, авторка ELLE	Для того, аби бути цікавим для інших людей, бути цілісною особистістю, читання просто необхідне. Таким чином ви стаєте не просто більш освіченою людиною, а й неперевершеним співрозмовником.
2 4	Аревік Арзуманова	@arevik_arzumanova	86 200	Блогерка, засновниця MAMASLET	Якщо у вас немає часу на читання книжок – тоді слухайте аудіокниги (у машині, у черзі та під час приготування вечері). Тоді ви точно корисно проведете час.

2 5	Поліна Неня	@polinanenia	76 600	Видавчиня bestin.ua	Для того, щоб стати впевненою у собі і ні від кого не залежати, необхідно інвестувати у себе, а знання – найкращі інвестиції.
2 6	Марина Батуринець	@baturinets.m	8 800	Засновниця School Bazilik	Хочете постійно рости, активно йти по професійним сходам? Тоді розвивайтесь, читайте не тільки класичну, а й вузькоспеціалізовану літературу.
2 7	Тетяна Гриньова	@grinuova	18 900	Видавчиня bit.ua	Сумно, що у добі лише 24 години, адже за цей період хочеться встигнути все – і попрацювати, провести ділові зустрічі, поспілкуватися з друзями і відпочити. До речі, найкращий та найпродуктивніший відпочинок той, який людина проводить з користю, наприклад, читаючи улюбленого українського письменника.

2 8	Ольга Фреймут	@freimutolia	663 000	Телеведуча, спеціалістка з етикету	Ніколи не зраджуйте власним принципам і пам'ятайте, що отримують бажане та досягають неможливого тільки ті люди, які працюють над собою щодня. Так само щодня необхідно читати книжки, аби кожен день був наповнений сенсом та новими знаннями.
--------	----------------------	--------------	---------	--	---

2 9	Богдан Логвиненко	@logvynenko	12 700	Засновник UKRAÏNER	Без різниці, ти подорожуєш світом, чи на сторінках нової книжки. Адже у обох випадках ти стаєш іншою людиною, наповнюєшся чистими та яскравими емоціями.
3 0	Даша Зарівна	@dashazarivna ya	25 600	Радниця з питань комунікації Керівника Офісу Президента, засновниця Vector Media	Книга – незамінний супутник сучасної, успішної бізнес-леді. Тільки так можна втримати лідируючі позиції у суспільстві та становитися з кожним днем все більш впевненою у собі.
3 1	Олександра Буринська	@burynskaya	11 300	Головна редакторка Cosmopolitan Ukraine	Соціальні мережі, різноманітні тренди.. через них ми втрачаємо свою ідентичність. Тому читайте книжки, не рівняйтесь на інших і станьте тою людиною, чий позитивний приклад буде мотивувати інших.
3 2	Альона Іванова	@glavread	12 500	Співзасновни ця бібліотеки “СВЕТ”	Книжки бувають різними – інколи ми не отримуємо нових знань, але успівнюємося у вірності свого світогляду, інколи книжка – це цілий збірник корисних порад, а інколи ми читаємо лише для того, аби отримати один (але дуже важливий) інсайт. Головне, що книжка – це ніколи не марно витрачений час.

3 3	Світлана Павелецька	@paveletskaya _svitlana	22 400	Партнерка #книголав	Коли вам сумно, немає чим зайнятись, або ви відчуваєте апатію – почніть читати книжку. Ви не тільки зможете відволіктись, а й зробите гарну інвестицію у своє майбутнє.
--------	--------------------------------	----------------------------	--------	------------------------	---

3 4	Олексій Дурнів	@aleksey_dur nev	347k	Ведучий, блогер	Не дивлячись на ампулу саркастичного ведучого, Олексій багато читає та говорить з аудиторією в Інстаграм на зовсім різні теми.. Тому основний меседж його постів буде саморозвиток та пізнання чогось нового.
3 5	Максим Сердюк	@skazochnyu_ lishay	3,460	Головний редактор онлайн журналу СЛУХ	Українські сучасні автори мають, що вам показати і дивують власною майстерністю, вони нічим не гірші за закордонних.
3 6	Ян Гордієнко	@yan_gordien ko	3,5m	Блогер	Ти сучасний, молодий і креативний – бери натхнення з українських видань.
3 7	Дмитро Дубілет	@dubilet	161k	Український бізнесмен, співзасновник мобільного банку Monobank	Для гарного ведення бізнесу треба не тільки знати ази підприємництва, а також саморозвиватися – читати сучасних українських творців.
3 8	Іван Барбул	@barbulone	5,264	директор21 films studio. Креативний	Креатив не знає меж, не стримуй власний потік шаленства та читай про шаленство інших.

3 9	Аня Рачина	@hanna.rachina	124k	Фітнесблогер, книголюб	Найголовніше – займатися улюбленою справою, слідкувати за власним здоров'ям та підживлювати мозок цікавими книгами.
4 0	Юрій Кузнєцов	@yuri_kuznetsov	10,7k	Арт-директор	Твори власну історію і надихайся досвідом попередників.
4 1	Анастасія Маркович	@anamarkovych	84,5k	Фотографсамоучка	Навіть похід у книгарню може зарядити енергією та натхненням на весь день.
4 2	Анастасія Гонцул	@nastiagoncul	1.5m	Блогер	Так, мені тільки 23, але я завжди намагаюся розвиватися, тому і досягаю багатьох успіхів. Цьому сприяє витримка і, звісно, хороша книга під боком.
4 3	Уля Станіславська	@lastanislavska	420k	Актриса і режисер	Я роблю себе дівчиною мрій – впевненою, гарною і розумною. З другим пунктом мені допомагає спорт, а ось з двома іншими мені допомагають хороші

					мотиватори – улюблені письменники. Читай та дій.
--	--	--	--	--	---

4 4	Антон Савлепов	@anton_savleпов	98,8k	Артист	Вражаю інших своїм суперрозумом, який прокачую хорошими книгами.
4 5	Христина Магонова	@gotrvl	28,5k	Блогер, фотограф	У книзі ти можеш знайти багато натхнення для крутих фотосетів. А також просто здобути нові знання.
4 6	Андрій Лузан	@luzannnn	14,1k	Блогер, стендапер	Для того, щоб добре жартувати, треба розвивати мізки! Тому скоріше хапай книгу і читай!
4 7	Анна Ломакіна	@lomakina.space	154k	Ілюстратор	Авторський стиль дуже важливий, а ще важливіше те, як ілюстратор відчуває текст, щоб передати візуально основний сенс. Тому читай і фантазуй— створи власний стиль та збережи основу твору.
4 8	Asinastra	@miumauebin	234k	Блогер, ілюстратор	Щоб знайти власний стиль, треба спочатку опанувати чужий. У цьому мені допомагають книги різних жанрів, які надихають мене на створення свого власного продукту.

49	Ярослава Кірічок	@yaroslava_kirichok	66.8k	Тревелер, інфлюенсер	Найкращий спосіб вчити мову – шукати цікаві слова у книгах. Це найкраща партнерка для ваших мандрів.
50	Олександра Дика	@alexandradika	116k	Ментор, вільний художник, бренд-стратег	Якщо навчитися читати між рядків, можна винайти абсолютно нові історії... У дні творчої кризи мені допомагають тасмниці випадкових книг.
51	Анастасія “СтуденткаМандрівниця”	@anastasiaswapy	10.5k	Блогер, мандрівниця	Подорожуючи по різних країнам, одне я зрозуміла точно – разом із хорошою книгою тобі не нудно чекати рейс чи їхати у поїзді. Подорожуйте із користю!
52	Іра Вахітова	@iravakhitova	99.1k	SMM, contentcreator	Спочатку книги тебе змушують читати батьки, а потім, як в моєму випадку, ти не можеш від них відірватися. Різноманітні

					історії, безліч емоцій та нові світи – мій спосіб відпочинку від клопітких буднів.
--	--	--	--	--	--

5 3	Олександра Сваровських	@aleksasvarov skyh	83,7k	Фітнестренер, блогер	Поки займаєшся спортом, аудіокнига допомагає зосередитись на процесі та спрямувати думки в одне русло.
5 4	Міла Бараєва	@mila_barayeva	256k	Власниця 3 бізнесів	Книга – це джерело знань, читання – це інвестиції в себе. Необхідно завжди тренувати своє читання, уяву для досягнення в майбутньому усіх цілей.
5 5	Вероніка Синиця	@siniciliya	232k	Тревел-блогер	Скажи мені, чи читаєш ти книги, і я скажу, хто ти. Читання – це розвиток та вдосконалення себе, не забувайте про те, що це важливо. Зараз ми не можемо подорожувати, тому я подорожую уявою, читаючи книги про різні міста.
5 6	Настя Іванівчева	@nivanicheva	24,1k	Маркетинг та PR директор	Лише завдяки читанню книг та саморозвитку я стала тим, ким зараз є. Проте я розумію, що існує безліч інформації, яку мені треба знати і я не планую зупинятися на досягнутому, тому буду читати ще більше книг.
5 7	Женя Максименко	@jenya_shh	23,6k	Операційний директор	У моєму житті читання присутнє кожен день. Мотиваційні книги, нонфікшн – це те, з чого я дізнаюся нову інформацію. Це розвиває мене, загартовує.

58	Анна Овчаренко	@kruxitka	13,2k	PR-consultant	Зараз я відома тим, що консультую у сфері PR та пишу про це. Свої копірайтерські вміння я вдосконалила завдяки тому, що постійно читаю професійну, і не тільки, літературу.
59	Марія Щербак	@_maria_shcherbak_	12,6k	Каверспівачка	Марія – відома кавервиконавиця, вона молода та енергійна. Її меседж про те, що життя повинно бути

					повноцінним, наповненим новими знаннями та емоціями, це можна зробити завдяки книгам.
60	Каріна Хілінська	@khilinskaya.k	10,8k	Власниця книжкового магазину	Каріна настільки любить читати, що заснувала свій власний книжковий магазин та сервіс книжкових розсилок. Її челлендж – прочитати 200 книг за рік. Вона запропонує своїм читачам ставити перед собою книжкові цілі та досягати їх.
61	Юлія Берк	@juli_berk	114k	Тревел, фотограф	Юлія – надзвичайно талановита тревел-блогерка, її світлини зачаровують, проте для таких фото вона довго тренувала свій смак, стиль, уяву. Її меседж в тому, що завдяки книгам можна досягнути більшого.

6 2	Софія Рожко	@sofi_rozhko	30,8k	Нутриціолог	Софія – засновниця школи правильного харчування, вона є авторитетом серед своєї аудиторії. Софія розкаже про те, що книги – це наше харчування для мозку, що важливо розвиватися та знаходити нову інформацію.
6 3	Оля Чубата	@olya.chubata	250k	Fashionблогер	Оля – молодіжний блогер, яка не стоїть на місці: займається власним брендом, створює онлайнкурси, займається англійською та розвивається. Її меседж – у молодому віці ми маємо багато часу, сил та енергії. Скористайтеся цим, розвивайте себе, читайте!
6 4	Аліна Френдій	@alina_frendi y	1M	Fashion, мама, лайфстайл, бізнес	Аліна нещодавно стала мамою та може порадити своїм читачам книги про батьківство, виховання, або просто повісті чи романи. Поєднуйте корисне з прекрасним, прибирайте та слухайте аудіокниги, наприклад!
6 5	Петро Заставний	@petro_zstvn	386k	Ресторатор, сомельє	Петро доволі успішний для свого віку. Він може сказати про те, що грамотність – це

					лише частково вроджене, її постійно треба розвивати, читаючи книги.
6 6	Анна Рачіна	@hanna.rachin a	123k	Фітнесблогер, книжковий блогер	Анна розповість своїм підписникам про те, як сильно в певні періоди життя книги допомогли їй, адже ти поринаєш у цей світ, тренуєш свою уяву.

6 7	Міла Корнелюк	@mila_korneli	97,7k	Мама-блогер	Міла молода мама, яка розкаже про те, що фільми ніколи не замінять книги і ніколи з ними не зрівняються. Саме завдяки читанню Міла дізналася секрети материнства. Велика перевага в тому, що в наш час можна знайти книги на будь-який смак.
6 8	Олексій Тексо	@tekso	100k	Фотограф, спортивний блогер	Інколи після важкого дня хочеться просто відпочити, і в такому випадку на допомогу приходять якась легка книга для підняття настрою.
6 9	Лідія Кошарська	@lidiya_kosharska	313k	Мамаблогер	Лідія зможе розказати про те, як важливо тренувати свій мозок, читати нову інформацію та запам'ятовувати її, розвивати мислення. Саме це можна зробити вже за допомогою читання. А також вона зверне увагу на те, що починати ніколи не пізно.
7 0	Діана Глостер	@dianagloster	298k	Співачка, актриса, фешн	Діана дуже творча особистість, тому вона розкаже своїй аудиторії про те, що читання – теж своєрідна творчість, просто у нашій голові.
7 1	Юлія Обрі	@lia_obri	218k	Фітнес, кулінарний блог	Юлія захоплюється фітнесом та кулінарією, Секрети обох цих хобі вона дізнавалася з книг, онлайн, аудіо та друкованих. Також вона скаже, що дуже зручно слухати аудіокниги під час заняттями спортом, бігу.
7 2	Анна Неплях	@neplyah	100k	Художниця, модель	Анна розкаже про те, що багато ідей для своїх картин, приходило до неї саме під

					час читання, оскільки саме тоді активно працює та півкуля мозку, що відповідає за творчість.
Книжкові блогери для запуску читальних челенджів					
7 3	Марія “Фотограф з книжкою у руках”	@the_reader_u a	12 400	Книжкова блогерка	Аудиторія кожної з цих блогерок достатньо вузька – це люди, які дійсно люблять читати. Тому для них дуже важливо не витратити свій час на пусті книжки. Це мають бути якісні на цікаві книжки, які їх зацікавлять з першої сторінки. Саме тому вони підписані на цих блогерок, бо потребують експертної думки. Тому меседж цих блогерок – читай українське, пізнавальне, яскраве та незабутнє, цінуй свій час.
7 4	Grenny Smith	@grennysmith	9 645	Книжкова блогерка	
7 5	Анна Лисенко	@annika_ly	5 470	Книжкова блогерка	
7 6	Лілія Гордієнко	@big_book_blo g	5 827	Книжкова блогерка	
7 7	Ірина Юрченко	@irinyurch	6 263	Книжкова блогерка	
7 8	Оля Леонова	@helga_reads	4 890	Книжкова блогерка	

Сценарії відеороликів

Проморолик проекту

Кількість	1
Хронометраж	1 хв.
Термін реалізації	Червень-липень 2020 р.
Тип	Соціальний, іміджевий
Спосіб виробництва	Постановочний
Стиль	Довірчий, вірусний
Цільова аудиторія	Пряма і опосередкована цільова аудиторія проекту
Канали розповсюдження	Соціальні мережі, сайт проекту
Мова	Українська
Сценарій	Ідеї для написання сценарію – в розробці
Вартість включас	Розробка та написання сценарію Зйомка Монтаж Кольорокорекція Музичне оформлення Графіка, анімація Дикторське озвучування Текстова інформація/титри
Технічні вимоги	Full HD, 25 fps

Відеоролики поетичних змагань

Кількість	3
Хронометраж	До 6 хв.
Термін реалізації	Липень-серпень 2020 р.
Тип	Соціальний
Спосіб виробництва	Постановочний
Стиль	Розважальний
Цільова аудиторія	Пряма і опосередкована цільова аудиторія проекту
Канали розповсюдження	Соціальні мережі, сайт проекту
Мова	Українська
Сценарій	Сценарії будуть підготовлені після проведення попередніх перемовин та досягнення домовленостей з учасниками

Вартість включає	Зйомка Монтаж Постпродакшн звуку Кольорокорекція Графіка, анімація Текстова інформація/титри
Технічні вимоги	Full HD, 25 fps

Тематичні відеоролики

Кількість	6
Хронометраж	1-2 хв.
Термін реалізації	Липень-вересень 2020 р.
Тип	Соціальний, іміджевий
Спосіб виробництва	Репортажний
Стиль	Довірчий, авторитетний
Цільова аудиторія	Пряма цільова аудиторія проекту
Канали розповсюдження	Соціальні мережі, сайт проекту
Мова	Українська
Сценарій	Ідеї сценаріїв додаються
Вартість включає	Розробка та написання сценарію Зйомка Монтаж Постпродакшн звуку Кольорокорекція Графіка, анімація Текстова інформація/титри
Технічні вимоги	Full HD, 25 fps

Фінальний відеоролик проекту

Кількість	1
Хронометраж	1-2 хв.
Термін реалізації	Жовтень 2020 р.
Тип	Презентаційний
Спосіб виробництва	З використанням матеріалів, відзнятих під час реалізації проекту
Стиль	Професійний
Цільова аудиторія	Пряма цільова аудиторія проекту
Канали розповсюдження	Соціальні мережі, сайт проекту
Мова	Українська

Вартість включає	Монтаж Кольорокорекція Музичне оформлення Графіка, анімація Текстова інформація/титри
Технічні вимоги	Full HD, 25 fps

Ролик 1. ЖИТТЯ МОВ КАЗКА

#життямовказка

Референс героїв:

Катя Сільченко – дизайнерка, власниця ательє

Лера Бородіна – підприємниця, власниця салонів краси для дівчат

Марк Лівін – письменник, журналіст «The Village Ukraine»

Чого очікуємо від героїв?

Кожен із них розкаже про книгу, яка з малечку допомогла відчутти, що мрії збуваються і дарують надію.

Катя розкаже, як зачитувалась автобіографіями КОКО ШАНЕЛЬ і спершу не вірила, що зможе відкрити власний бренд одягу і вдягати зірок (не тільки українських, а й іноземних)

Лера розкаже, що не має вищої освіти, але саме велика кількість прочитаних книг дала можливість їй повірити у себе та отримати знання задля створення власного бізнесу. Формально саме книги і є її «дипломом».

Марк розкаже, що книжки допомогли маленькому хлопцю із Івано–Франківської області повірити у себе і за 10 років пройти шлях, від хлопця, який мав тільки гроші на квиток до Києва, до знаного письменника тінейджерської літератури. Розкаже, що досі особливо береже полицю із книгами, яка сильно вплинула на нього в дитинстві і в скрутну хвилину до них звертається.

Ролик 2. ІСТОРІЯ МОГО УСПІХУ

#япідприємець #явпливаю #bookpower

Три герої – втілення мрії українського підприємництва.

Референс героїв:

Дмитро Дубілет – засновник «monobank», спортклубу «smartass»

Євген Черняк – youtube channel «big money», власник бренду «Хортиця»

Вікторія Тігіпко – бізнесвумен, займається венчурними капіталами, власниця порталів, що безкоштовно надають онлайн-уроки для тінейджерів, засновниця «Одеського кінофестивалю»

Чого очікуємо від героїв?

Дмитро розкаже як сильно недооцінював силу книг раніше в дитинстві, коли його змушували багато читати. За що безмежно вдячний своїм бабусі та дідусю, адже зараз розуміє, що знаючи які книга людина читає, ти можеш зрозуміти, чи це твоя людина, чи маєте ви спільні погляди. Словом, отримати портрет. Розкаже, що зараз організовує онлайнчелленджі, аби люди через книги знайомились і знаходили один одного. Розповість про механізм та результати.

Євген Черняк розкаже, що його часто питають поради для 20-річних. Завдяки своїй програмі «Big money», поспілкувавшись із сотнями мільйонерів, він вивів просту формулу освіти. Твої знання – це не диплом, а кількість прочитаних книжок. Розкаже, з яких саме варто починати маленьким підприємцям.

Вікторія Тігіпко розкаже, що саме книги стали її пропуском в умовно «чоловічий бізнес». І саме завдяки постійному читанню (покаже бібліотеку в офісі) і книгам Вікторія залишається конкурентоздатною на «чоловічому полі бою».

Ролик 3. ЧИТАЙ СВОЇМ ДІТЯМ

#читаймодітям

Референс героїв:

Ольга Фреймут – мати 3 дітей, телеведуча, письменниця

Андрій Федорів – батько 5 дітей, власник рекламної агенції та ютуб каналу «Fedoriv vlog»

Monatik – батько 2 дітей, успішний артист та саунд-продюсер

Чого очікуємо від героїв?

Кожен з героїв розкаже якими саме казками зачитувались в житті. Також покажемо, як герої читають своїм дітям. Недарма говорять, що в дитинстві дитині важливо читати правильні казки, які потім вона і буде реалізовувати в своєму житті. Це фундамент, за який відповідальні батьки.

Фреймут розкаже, що саме казка про «Попелюшку» дозволила собі повірити, що дівчина з Нового Роздолу, яку навіть не брали на роботу в Макдональдс, зможе запалити свою зірку в столиці і змусити всю країну повірити, що вона справді особлива. Що кожна маленька дівчинка заслуговує на щастя. А тепер дівчинка Оля виросла і читає казки своїм дітям, навіть написала та видала власну «Кажан жан» і покаже свою полицку із улюбленою дитячою літературою.

Андрій Федорів розкаже, яка казка вплинула на нього, а також скаже, що саме раннє усвідомлення того, що книги – це інструмент до успіху і ключ до казки, він зараз має фору перед іншими своїми конкурентами. Адже поки ті витрачали гроші на цяцьки і байдики він купував англomовну літературу, яка ще 20 років тому вважалась «дефіцитом». Зараз любов до книг він передає дітям, розкаже про культуру читання в сім'ї. Як вони обирають книгу, читають, а потім із дітьми діляться думками з приводу прочитаного.

Монатік розкаже про свою улюблену казку з дитинства і скаже, що саме ця казкова віра в силу маленької людини, яка в кінці казки завжди перемагала, він

зміг із хлопця, що роздавав флаєри біля стадіону «Олімпійський» перетворитись в артиста, який запросто через 8 років повністю його зібрав, правда вже на своє повноцінне шоу. Розкаже які казки він читає дітям на ніч.

Ролик 4. ЧИТАЮТЬ НЕ ТІЛЬКИ БОТАНИ

#читаютьнетількиботани

Референс героїв:

Яна Панфілова – засновниця журналу «Teenergizer», організація, що консультує підлітків з приводу вирішення їхніх проблем абсолютно безкоштовно, влаштовує публічні дискусії на тему ВІЛ і СНІД

Бариста – хлопець, що має титули бариста на міжнародній арені, бариста хіпстерського закладу (кав'ярні) на Подолі.

Аліна Паш – співачка нової хвилі

Чого очікуємо від героїв?

Яна розкаже що читання – це банальний спосіб не бути дезорієнтованим. Оскільки вона знає все про проблему ВІЛ в Україні, вона часто стикається з тим, що люди не лінуються читати, від того малюють світ в гірших фарбах, ніж він є. Тому читати важливо не для того щоб бути «ботаном–розумником», а для того, щоб мати базові знання в цивілізованому світі. І чим більше обізнаний– тим легше тобі розуміти інших, адже твій кругозір дозволяє тобі любити без меж.

Бариста розкаже, що читати важливо усім. Чим більше ти знаєш, чим більше ти читав – тим більш жвава розмова у тебе буде з клієнтом, який приходитиме не тільки за смачною кавою, а й за смачними розмовами. Приємно відчувати себе в темі. І долати стереотипи, що читають тільки ботани. Читають усі, хто хоче жити цікавим життям і бути в темі того, що відбувається навколо.

Аліна Паш розкаже, що книги – це універсальна мова для спілкування. Її чоловік – іноземець, але знайти спільну мову і порозумітись між собою

допомогли саме прочитані книги. Бо завдяки цим «спільним точкам» ти можеш зрозуміти чи поділяє партнер твої цінності. Книжки – це шлях до любові. А люблять не тільки ботани.

Ролик 5. Я ХОДЖУ В БІБЛІОТЕКУ

#бібліотечнаромантика

Референси локацій:

Бібліотеки НАУКМА (Американка, Дослідницька, Антоновичів)

Вернадського

Ботан

Референси героїв:

Люди різних професій, які приходять в бібліотеку за натхненням, наприклад фрілансери, які вважають що навіть працюється легше в книжковій атмосфері. Оберемо декілька людей, які мають читацькі білети в бібліотеках та активно ними користуються. Вони розкажуть про переваги такого користування (безкоштовно, доступна унікальна література іноземною мовою, спосіб завести знайомства із людьми однозначно із спільними інтересами). Можемо знайти парочки, що познайомились в бібліотеці! Бібліотека – такий собі тіндер одразу із фільтрами. Обирай пару в секторі, якому тобі цікаво)

Ролик 6. ОБИРАЙ САМ, ЯК ТОБІ ЧИТАТИ

#читайякзручно #зручночитання

Ми можемо взяти одного героя (типовий міській житель), який в залежності від ситуації обирає зручний спосіб читання. Зніматимемо його у квартирі, коли він прибирає – він слухатиме аудіокнигу. Коли читає на ніч або сидить біля каміну із чаєм – це товста паперова книжка, яку він посміхаючись перегортає, нюхає запах друкованих сторінок і насолоджується неквапливим читанням. Коли герой їхатиме у транспорті – він читатиме електронну книгу, адже вона маленька і не займає багато місця в рюкзаку.

Технічне завдання на створення підкастів

Завдання: створити 6 підкастів з 6-ма провідними українськими авторами

Хронометраж: 20 хвилин кожний

Підкасти записуються з допомогою мікрофонів Audiotecnica AT2020 та аудіоінтерфейсу Steinberg UR44.

Накопичення і обробка матеріалу для підкасту ведеться в програмі Cubase AI, що постачається в комплекті з вищеназваним аудіоінтерфейсом.

Музичні заставки та спецефекти в разі потреби будуть закуплені в онлайн-магазині audiojungle.net

Запис ведеться у форматі PCM Wave з частотою дискретизації 44100 Hz та глибиною квантування 24 bit.

Фінальний матеріал зберігається у форматі MP3 (CBR, 192 Kbps, 44100 Hz, 16 bit). Середній рівень вихідного матеріалу нормалізується до значення -14 LUFS (інтегрований по загальній тривалості матеріалу); піковий рівень лімітується до -1 dBFS (true peak). 6. Файли публікуються на підкаст-хостингу anchor.fm.

Дистрибуція підкасту здійснюється за допомогою внутрішніх механізмів anchor.fm у каталоги Apple Podcasts та Google Podcasts; за допомогою RSS-каналу здійснюється кроспостинг на платформи Soundcloud та podcaster.in.ua; окремо підкаст публікується на сайті проекту «Читай & Фантазуй» та сайті компанії abuk.com.ua.

Збір статистики прослуховувань ведеться за допомогою внутрішніх механізмів anchor.fm, додатково окремо рахується статистика із soundcloud.

Підкасти будуть публікуватися на сторінках соціальних мереж проекту.

Розміщення на інших підкастах для залучення та розширення ЦА проекту.

Інсталяція в парку Шевченка




Брендування тролейбусу



Колаборація з інфлюенсерами




 **rudnieva_olga** • Follow ...

 **rudnieva_olga** Помню мы с коллегой как-то договорились поужинать.


Но вечер выбрали неудачный. Неудачный, потому что утром перед работой я вдруг осознала, что мне осталось всего 30 страниц до конца «Источника» Айн Ренд.

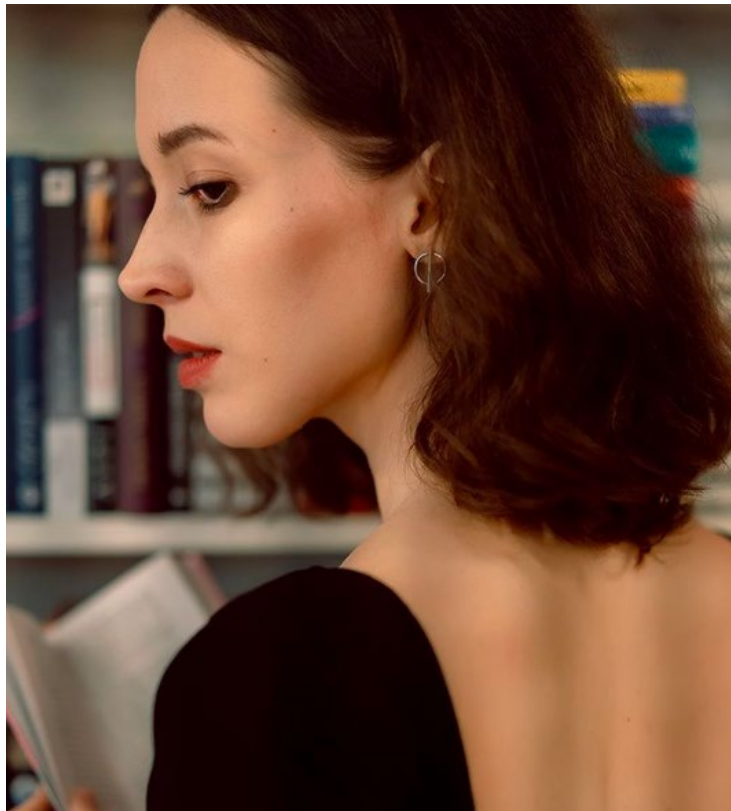
Работала я в тот день быстро, и ужинать с коллегой решила также: быстро. Коллега немного растерялся тому, с какой скоростью я проглотила салат, уничтожила основное блюдо, отказалась от десерта, и спешно попросила счёт. Мы вышли на улицу, и тут коллега, ощутивший лёгкую неудовлетворенность от


   


 Liked by iva_anessa and 1,001 others

OCTOBER 13, 2020

 Add a comment... Post







 **o.krychynska** • Follow ...
Моя книжкова полиця


 **o.krychynska** Одного разу на виході з метро мене наздогнав хлопець і зізнався, що вийшов не на своїй зупинці, аби познайомитися зі мною, оскільки «жінка, яка читає - це рідкість».

З цієї ситуації ми обидвоє зробили важливі життєві висновки.

Він збагнув, що сексизм - найпровальніший спосіб знайомства. Я ж вкотре переконалася, що читати - сексуально.

[@chutaifantazyi](#), особисто я вважаю, що саме такі історії можуть переконати молодь взяти до рук

 Liked by mriijka and 837 others

OCTOBER 27, 2020

Розробка власного мерчу





Стікерпак в ТГ



Колаборація з НашФормат

А тепер бонус для наших читачів – інтернет-магазин [«Книгарня Є»](#) дає знижку -25% за промокодом **BOOK-YE25** (строк дії до 13.10.2020). Знижка за промокодом діє на 99% асортименту товару. Читайте та фантазуйте! #за_підтримки_укф

Список медіа, що опублікували матеріал

Час дій	https://chasdiy.org/news/v-ukraini-zapustily-proiekt-chytai-amp-fantazui-v-chomu-ioho-osoblyvist.html	
Платформа	https://platfor.ma/rep-batl-trolejbus-ta-knygy-zapustily-reklamnu-kampaniyu-chytannya-chytaj-fantazuj/	
Митець	https://mitec.ua/pro-proyekt-chitaj-fantazu/	
Буквоїд	http://bukvoid.com.ua/events/culture/2020/10/24/193613.html	
Україна молода	https://www.umoloda.kiev.ua/number/3653/164/151297/	
Думай	https://dumay.pro/news/tpost/2jbabb5151-msya-zakohati-v-knigu-vikonana-scho-tse	
UA Перший	https://tv.suspilne.media/news/channel/110533	
Читомо	https://chytomo.com/telegram-stikery-i-poetychnyj-youtube-batl-iak-iuzeriv-peretvoriuiut-na-chytachiv/	
Асоціація європейських журналістів	http://aej.org.ua/news/1837.html	
Yabl	https://yabl.ua/2020/10/28/andrij-fedoriv-ta-dizajnerka-katya-silchenko-rozpovidayut-chomu-potribno-chitati-knigi	
GalInfo	https://galinfo.com.ua/news/ukrainski_repery_zachytaly_virshi_ukrainskyh_poetiv_i_poetes_354367.html	
Вечірній Київ	https://vechirniy.kyiv.ua/news/46115/	
Bit ua	https://bit.ua/2020/10/profesiya-bibliotekarya/	спецпроект
Хочу	https://hochu.ua/cat-stars/novosti-shou-biznesa/article-104360-chitay-fantazuy-sotsialnaya-kampaniya-provela-literaturnyie-rep-batlyi-sredi-ukrainskih-ispolniteley/	
Bituk media	https://bituk.media/gordist-ukrayiny/panch-vid-ksotenko-do-shevchenka-ukrainski-reperi-zachitali-virshi-vidomih-poetiv/	
The village	https://www.the-village.com.ua/village/culture/culture-promo/303067-bit-vid-kalush-slova-vasilya-stusa-yak-na-rep-batlah-vikoristovuyut-virshi-ukrayinskih-poetiv	спецпроект
UkRain	https://ukrain.com/ukrainski_reperi_zachitali_virshi_ukrainskih_poetiv_i_poetes.html	

Волинь24	https://www.volyn24.com/news/163083-literaturni-batly-ukrainski-repery-zachytaly-virshi-vidomyh-poetiv-video	
Rap	https://rap.ua/wtf-dnya-ukrayinski-reperi-batlyat-virshami-klasikiv/	
Kalush	http://kalushfm.com.ua/news/kalush-ta-kaluskiy-rayon/oleh-psyuk-z-hurtu-kalush-vzyav-uchast-u-literaturnomu-batli-i-zachitav-virsh-ravlik'	
Стожари	https://svitua.org/2020/10/29/ukrayinski-repery-zachytaly-na-batlah-virshi-vidomyh-poetiv/	
Big Kyiv	https://bigkyiv.com.ua/u-parku-shevchenka-z-yavylys-velychezni-knyzhky-z-sekretom-foto/	
Уніан	https://www.unian.ua/lite/kino/rep-vikonavci-zachitali-virshi-vidomih-poetiv-11198576.html	
ЧБ інфо	http://chb.in.ua/bulo-hariache-vidomi-repery-zachytaly-virshi-ukrainskykh-poetiv-i-poetec/	
Kyiv media	https://kyiv.media/news/u-stolychnomu-parku-shevchenka-gigantski-knyzhky-zaohochuyut-bilshe-chytaty	
Cheline	https://cheline.com.ua/news/society/kozeletskij-dizajner-stav-geroyem-sotsialnogo-rolika-shho-populyarizuye-chitannya-224272	
Портал Умань	https://www.umanportal.com/category/news/suspilstvotop-10-knig-yaki-varto-prochitati-do-25-rokiv	
Kyiv city	https://kyiv-city.news/city/zaohochuyut-do-chytannya-u-stolychnomu-parku-z-yavylysy-gigantski-knyzhky/	
Naive	http://naive.ho.ua/rap-and-books/	
Вікна	https://vikna.if.ua/news/category/kl/2020/10/22/115384/view	
UA ZMI	https://uazmi.org/news/post/hex8h8utVyfePt73ZgZtSi	