
PŘIHLÁŠKA do 17. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Každý někdy potřebuje Ochránce

Projekt byl navržen a proveden pro:

Česká televize

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Česká televize

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.8 Integrovaná komunikace

Porota má právo na změnu-přesun projektu do jiné kategorie,
pokud uzná, že by tam mohl mít větší šanci na ocenění

Osoba, která projekt do soutěže předkládá:

Jméno: Marek Blažíček

Firma/organizace: Česká televize

Stručné shrnutí projektu:

V ČR je přes 6000 škol. Každý nějakou zná. Vzdělávání a výchova: oblasti, které se dotýkají všech. Denně. Jsou ale atraktivní pro hraný seriál? Jak je uchopit, aby veřejnoprávní televize nebyla příliš veřejnoprávní? Aby bavila, ale nepoučovala? Nejen v seriálu, ale i v komunikaci jsme jednotlivá témata prozkoumali z více úhlů. Skrze 10 případů jsme oslovili širokou obec, ale i ty, kterých se to nejvíc týká, a vyvolali celospolečenskou diskusi. Každý někdy potřebuje zastání a svého Ochránce.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Máme nový seriál. Fiktivní, ale vychází ze skutečných kauz. Školský ombudsman existuje, ale nikdo o něm neví. Reforma školství je stále s otazníkem.

Chtěli jsme nadchnout publikum pro kvalitní seriál a jeho téma. Čím více nadšených diváků, tím větší příležitost pro otevření odborné debaty. Zaměřili jsme se zejména na ty, o kterých seriál je: žáci, rodiče, učitelé a opinion lídři v oblasti vzdělávání.

Strategie:

Začínáme komunikovat v době lockdownu a prostředí, které ukazujeme, v podstatě neexistuje. Škola i vzdělávání jsou skloňovaná témata, ale úplně v jiných konotacích. Nejdříve jsme informovali skrze production value: od producenta seriálu MOST! a zakladatele platformy EDUin. Charakterní role L. Vaculíka. Jsme v kontaktu s reálným školským ombudsmanem. Ve stejnou dobu dáváme vědět vybraným učitelům a ptáme se na jejich názor. Realizovali jsme projekce pro pedagogy, debaty s tvůrci. To nám zajistilo odbornou perspektivu, sdílení zkušeností a následně promo seriálu nejen na jednotlivých školách po celé republice, ale i v blízkém okolí učitelů.

Nástroje a aktivity**Media relations:**

- Press Day. Tisková konference a několik vln tiskových materiálů. Ke každému dílu jsme připravili témata i s kontakty na odborníky i zajímavosti z natáčení. Domluvené rozhovory s tvůrci, odbornými guaranty a experty. Exkluzivní rozhovor seriálového i reálného ombudsmana v nejprestižnějším pořadu ČRo.

Cross-promotion:

- Učitelé, odborníci i školský ombudsman v pořadech ČT. Speciální seriál v Sama doma reflektující témata jednotlivých epizod.

Off-air:

- Kampaň v printových i on-line médiích.

Akce:

- Projekce pro učitele v Praze a regionech.
- Debaty s tvůrci na školách.
- On-line debaty po vybraných dílech.
- Konference pro 300 učitelů po skončení seriálu.
- Spolupráce s Učitelskou platformou a platformou Učitelé+.

Výsledky:

- Komunikace k Ochránci ČT etabloval jako silný podpůrný zdroj k vzdělávání.
- Seriál nemůže měnit školství, ale může se stát mediátorem. To se podařilo.
- 1,3 mil. diváků každou neděli.
- 160 mediálních výstupů vzniklých řízenou komunikací. Seriál zaujal nejen lifestyle magazíny, ale i filmové recenzenty a oborová periodika.
- Tématu seriálu se nadmíru věnovaly i zpravodajské pořady ČT.
- „Ochránce pro učitele“ byla po 13 týdnech nejnavštěvovanější tematická sekce webu ČT edu a učitelé si stáhli 11 000 metodik pro řešení složitých situací ve škole.
- Každou on-line debatu navazující na jednotlivé díly Ochránce zhlédlo průměrně 10 000 lidí – převážně učitelů.
- Konference se zúčastnilo 300 učitelů.

Weblinky:

www.ceskatelevize.cz/porady/12003187354-ochrance/