
PŘIHLÁŠKA do 17. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Chodit na umění není umění

Projekt byl navržen a proveden pro:

Alšova jihočeská Galerie

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Chilli Production s.r.o.

Přihlašujeme do:

Oborové kategorie:

II.5 Státní správa, politika, neziskový sektor, II.8 Zábava a sport

Komunikační nástroje:

III.9 Digital & social media - social media

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: Otta Kovařík

Firma/organizace: Chilli Production s.r.o.

Stručné shrnutí projektu:

Dohodli jsme se s AJG na správě sociálních sítí, tvorbě contentu a výkonnostní reklamě pro unikátní a pro galerii v ČR megalomanskou výstavu - Malevič, Rodčenko, Kandinskij & ruská avantgarda. Bohužel se v březnu vše stoplo a výstava byla kvůli covidu odložena na neurčito (dorazila v roce 2021 a v květnu by měla být otevřena veřejnosti).

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Avšak rozpočet byl pevně stanoven a ředitel AJG, Aleš Seifert, nám napsal e-mail, ať vymyslíme formu propagace galerie, ale také umění u nás. Ať se nesoustředíme pouze na AJG, ale máme přesah. Výzva. Ty máme rádi. Pojali jsme to po svém a namísto propagace galerie vymysleli projekt (v tuto chvíli již dlouhodobý - běží přes rok) #choditnaumeninieniumeni, propagující umění jako celek, jako pro- žitek, který je pro každého. Každý vnímá umění po svém. Každý si z konzumace umění odnáší jiný pocit, jiné hodnoty. Tímto projektem říkáme, že na prožitek z umění nemusíte mít vysoké školy a načtené tuny knih. Stačí přijít a vnímat vše po svém.

Jelikož jde o osvětu umění v době totálního útlumu kulturního dění, přináší lidem naději, nabádá k vnímání dostupných uměleckých forem a má velký přesah do celkové kultury u nás, mimo jiné i proto, že Alšova jihočeská galerie není sobecká a neřeší propagaci pouze pro sebe, ale klade důraz na celkový obraz umění v ČR, návštěvy všech galerií, koncertů apod. Cílovou skupinou jsou lidé, kteří mají jakýkoliv zájem o jakýkoliv druh umění. Na věku nám nezáleží.

Strategie:

Do projektu zveme známé osobnosti. Zabere to hodně produkční přípravy - kontakty, dohodnout se, o co jde, přesvědčit hosta, že nesmí v projektu chybět. A také mu vysvětlit, že máme budget tak akorát na zaplacení cestovních výdajů, že to opravdu musí udělat pro podporu umění. Nejtěžší je výběr. Chceme, aby hosté byli umělci, ale ne přímo malíři nebo sochaři. Výstupem z každé návštěvy jsou fotky a tři formáty videa. Fotogalerie vychází jako první a představuje hosta, videa jsou poté v týdenních intervalech publikována na Facebooku a Instagramu / IGTV a vždy je provází stories, která jsou spíše humornějšího rázu. Každý host vystupuje ve dvou videích.

Nástroje a aktivity

Přemýšleli jsme, jak hosty do galerie dostat a dopřát jim něco extra. Něco, co nejde odmítnout. Dohodli jsme se s panem ředitelem na výjimce s tím, že hostům na základě jejich preferencí připravíme malou výstavu z děl, která vlastní AJG. Výběr je vždy na kurátorech galerie. A to navíc extra je pozvání do depozitáře.

Výsledky:

Díly mají až 490 000 zhlédnutí na obou platformách dohromady a velkou interakci. (lajknutí, komentáře, sdílení) Tito lidé nyní tvoří publikum z široké veřejnosti, na které budeme cílit výkonnostní reklamou pro výstavu Malevič, Rodčenko, Kandinskij & ruská avantgarda, která se bude konat do srpna 2021. Úspěšnost hodnotíme na základě počtu přehrání děl, všeobecného povědomí i feedbacku od nových hostů, kteří již projekt znají, protože je zasáhl a chtějí se na něm podílet v budoucnu. Dalším hodnotícím kritériem je vysoká interakce a velké množství reakcí na příspěvky.

Weblinky:

<https://choditnaumeninieniumeni.cz>