
PŘIHLÁŠKA do 20. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Pod svícnem: Malí superhrdinové. Aneb učíme děti, jak se bránit násilí

Klient:

Pod svícnem

Agentura / Přihlašovatel:

Communication Lab, s.r.o.

Spolupracující agentura / subjekt:

Seeya Creative

Individuální kredity:

Radek Petřík, Graphic Designer

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.2 Společenská odpovědnost, filantropie, udržitelnost, I.7

Informační a osvětové kampaně

Oborové kategorie:

II.6 Neziskový sektor

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

Kontaktní osoba:

Jméno: Michaela Studená

Firma/organizace: Communication Lab, s.r.o., Pod svícnem

Stručné shrnutí projektu:

Dle našeho výzkumu od Ipsos každý 5. Čech zažil v dětství násilí, 11 % dotázaných zažilo v dětství sexualizované násilí. Z našich poznatků vyplývá, že je nezbytné komunikovat přímo k dětem a mladistvým, a to jejich řečí. Naučit je říct si o pomoc, vymezit hranice. To je velmi složité. Ve spolupráci s odborníky jsme vytvořili superhrdinovskou kampaň s virálním zásahem.

Proč superhrdina? Slovo oběť je stigmatizující. Hrdina je ten, kdo čelí zlu. Proto je dítě superhrdina. Má jen velmi omezené možnosti, jak se násilí bránit a následky nese do konce života

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:**CÍLE:**

Osvěta dětí/mladistvých (primární cíl.skupina). Dospělí coby sekundární cíl. skupina mohou dětem podat pomocnou ruku (např. učitelé, školní poradce) - aby edukační materiály sdíleli ve svých třídách/kroužcích.

Změna legislativy: Téma podpořeno mediálními výstupy (TIER1 a podcasty). S projektem jsme publikovali reálné příběhy dospělých, kteří zažili v dětství násilí ze strany autorit. Rozpočet: 50000 Kč

Strategie a kreativa:

Mladé lidi je těžké zaujmout a k edukačním materiálům dostat. Vytvořili jsme proto kampaň, jejíž součástí je make-up tutorial, kde dívka popisuje, jakými líčidly si zakrývá modřiny od rodičů, webové stránky a grafická identita. Dětem zpravidla ubližuje někdo blízký. Volili jsme citlivě tón sdělení a využili prvky tzv. moderní sebeobrany, v rámci níž si dítě vytváří hranice, učíme, jak si říct o pomoc, na koho se obrátit a jak rozpoznat znaky násilí (psychické, fyzické, sexualizované), protože pokud v tom děti žijí, je to pro ně velmi těžké identifikovat.

Nástroje a aktivity:

Začali jsme výzkumem a identifikací problému (spolupráce s Ipsosem). Chceme-li promlouvat k dětem, musíme volit vhodné nástroje k oslovení. Proto vznikl trochu jiný make-up tutorial plus vysvětlení a odkaz malisuperhrdinove.cz. Video se stalo na soc. sítích virální. K projektu vznikla i grafika s motivy malých superhrdinů, merch a placky "Děti se neprcaj." Součástí stránek edukativní videa, kde promlouvají děti k dětem.

Cíleným tone of voice popisujeme druhy násilí a jak se jim bránit. Je zde i button Nouzový východ-smaže historii a převede návštěvníka na Wikipedii (kdyby došlo k vyrušení násilníkem).

Kampaň podpořena besedami na největší skautské akci Obrok, Colours of Ostrava, na školách.

Výsledky:**Organické zhlédnutí videa:**

TikTok: 158000

X: 135000

IG: 791000

LinkedIn: 40000

Média+podcasty: kumulativní zásah 14 mio o násilí na dětech

Webstránky:cca 20000 návštěv

Vytvořeno na ŽÁDOST pedagogických pracovníků přes 5000 plakátů s QR kódem na naše stránky. Dle průzkumu 73 % dětí/mladistvých hodnotilo naše materiály jako užitečné

Na 2000 dětí a mladistvých napsalo o pomoc. Prodejem merche cca 600000 Kč vybráno na psych., právní a další pomoc dětem.

Legislativa:

Od 1. 1. 2025 vešlo platnost Znásilnění z podstaty do 12 let z našeho pera

V 2. čtení v PS návrh, na němž jsme se podíleli, tzv. Dětský certifikát, aby usvědčení predátoři nemohli pracovat s dětmi

Mezinár. přesah: Velvyslankyně Kanady, Mexika, JAR zájem o překlad

Ocenění naší práce v prestižních anketách

Weblinky:

<https://www.malisuperhrdinove.cz/>, <https://www.youtube.com/watch?v=2-7uRVCj51g>