
PŘIHLÁŠKA do 20. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Pod svícnem: Malí superhrdinové učí děti, jak se bránit násilí

Klient:

Pod svícnem

Agentura / Přihlašovatel:

Communication Lab, s.r.o.

Spolupracující agentura / subjekt:

Seeya Creative

Individuální kredity:

Přihlašujeme do:

Komunikační nástroje:

III.4 Sociální sítě

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.

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 na sociálních sítích, 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 proto 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. Chceme-li promlouvat k dětem, musíme volit vhodné nástroje k oslovení. Proto vzniklo video - make-up tutorial s vysvětlením a odkazem na malisuperhrdinove.cz. Video se stalo na soc. sítích virální. K projektu vznikla i grafika s motivy malých superhrdinů 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 akcích pro děti a mladé: Obrok, Colours of Ostrava, na školách.

Výsledky:

Organické zhlédnutí videa: TikTok: 158000 X: 135000 IG: 800000 LinkedIn: 40000. Sdíleno velkými influencery a mluvilo se o ní v podcastech. Web: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.

Přínos a výsledky konkrétního nástroje:

Video publikované na sociálních sítích mělo kumulativní zásah přes 1,1 mio dětí. Výsledky a přínosy viz výše.

Weblinky:

<https://www.malisuperhrdinove.cz/>, https://www.instagram.com/p/C_vghrgsaPf/