
PŘIHLÁŠKA do 21. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Přemýšlivec

Klient:

Nadace RSJ

Agentura / Přihlašovatel:

Nadace RSJ

Spolupracující agentura / subjekt:

Individuální kredity:

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

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: Lucie Voldánová

Firma/organizace: Nadace RSJ

Stručné shrnutí projektu:

Nadané děti čelí nepochopení, vyloučení z kolektivu, šikaně i depresi. Nedostává se jim adekvátní podpory a na problémy zůstávají samy. Kampaň Přemýšlivec upozorňuje na přehlížení jejich potřeb. Staví na reálných příbězích nadaných dětí, kteří jsou ochotni sdílet své zkušenosti včetně překážek, na které kvůli nadání narážejí.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Chceme změnit vnímání nadaných dětí z „bezproblémových“ na skupinu se specifickými potřebami a otevřít opomíjené téma společnosti. Stanovili jsme si cíl přetavit veřejnou debatu do konkrétních změn v praxi, výzkumu i vzdělávací politice. Kampaň cílila na rodiče, širokou veřejnost, nadané děti, odborníky i zástupce veřejné správy a oslovovala je prostřednictvím médií, sociálních sítí, webu i přímé práce s komunitou.

Strategie a kreativa:

Strategie stojí na kombinaci tří rovin, které se vzájemně posilují: autentických příběhů, expertní perspektivy a přímého napojení na systémové změny. Příběhy nadaných dětí z různých regionů byly zpracovány do článků, fotografií, videí i výstav a ukazovaly nejen problémy, ale i konkrétní cesty řešení. Do kampaně se zapojili také „průvodci přemýšlivců“ – odborníci z praxe, kteří propojují osobní zkušenosti se systémovým pohledem a stávají se ambasadory tématu. Důraz byl kladen na citlivé zpracování a spolupráci s kvalitními novináři, aby nedocházelo k bulvarizaci.

Nástroje a aktivity:

Kampaň kombinovala mediální výstupy, vlastní obsah, komunitní práci i offline aktivity. Obsah vznikl ve spolupráci s novináři a byl publikován v relevantních médiích i na vlastních kanálech. Offline část tvořily výstavy, vernisáže, diskuse a účast na festivalech, které umožnily přímé setkávání a vznik komunity. Významnou roli hráli odborníci i samotní přemýšlivci, kteří téma dále šíří ve svých regionech a posilují jeho dopad.

Výsledky:

Kampaň Přemýšlivec překročila rámec klasické komunikace a vedle silného mediálního zásahu přinesla i konkrétní systémové změny v oblasti podpory nadaných. V letech 2024 a 2025 evidujeme 129 mediálních výstupů napříč médii (např. Reportér, Český rozhlas, CzechCrunch, Hospodářské noviny, Heroine). Na sociálních sítích kampaň zasáhla přes 350 tisíc uživatelů. Kampaň měla i přímý dopad v regionech. Aktivity v Mostě vedly k zavedení plošného testování žáků základních škol systémem Invenio, což následně inspirovalo i Litvínov. Zároveň vznikla aktivní komunita přemýšlivců a do kampaně se zapojili „průvodci přemýšlivců“, kteří posílili její odborné ukotvení. Zásadní jsou systémové dopady. Vzniklo Invenio – Národní centrum podpory nadání, které poskytuje komplexní podporu od identifikace po rozvoj. Vznikla také analýza „Proč v našich školách nevidíme nadané žáky?“ jako součást auditu vzdělávací politiky ČR. Spolupráce s IDEA při CERGE-EI vedla ke vzniku projektu Talent, který přináší datově podložený výzkum nadání v českém kontextu. Podařilo se dosáhnout i změny v legislativě – úpravy podpůrných opatření pro nadané děti. Přemýšlivec tak propojuje komunikaci, výzkum i praxi a přispívá k reálné změně systému podpory nadaných dětí v Česku.

Weblinky:

<https://premyslivec.cz>,