

---

## PŘIHLÁŠKA do 21. ročníku soutěže

### Projekt:

Název projektu:

Metoda Markovič: True crime s čistým svědomím

Klient:

TV Nova

Agentura / Přihlašovatel:

TV Nova

Spolupracující agentura / subjekt:

Individuální kredity:

Aneta Veselská, Project Manager - Festival Strategy&Relations,

TV Nova

Michal Prokeš, Head of PR & Communication, TV Nova

Daniel maršalík, Senior PR Manager, TV Nova

### Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.1 Firemní a krizová komunikace

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

### Kontaktní osoba:

Jméno: Aneta Veselská

Firma/organizace: TV Nova

**Stručné shrnutí projektu:**

Zatímco trh v kauzách true crime reputačně selhával, TV Nova přepsala pravidla žánru. U seriálu Metoda Markovič: Straka jsme čelili riziku retraumatizace pozůstalých, které jsme vyřešili cestou radikální empatie. Namísto defenzivy jsme zvolili přímý dialog s dcerou oběti a prosadili etickou revizi již hotového díla i marketingu. Výsledkem není jen zachráněná pověst vlajkové lodi Oneplay, ale vznik Etického panelu.

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

Ochránit reputaci klíčového seriálu v době vypjaté společenské debaty o etice žánru true crime. Cíle: 1. Zastavit eskalaci: Vyhnout se veřejnému konfliktu s rodinou oběti a předejít reputačnímu fiasku (po vzoru kauzy Sbormistr). 2. Kultivovat žánr: Nastavit nový etický standard pro práci s pozůstalými. 3. Validace brandu: Potvrdit Oneplay jako zodpovědného lídra trhu. CS: 1. Pozůstalí a rodiny obětí. 2. Odborná veřejnost a kritici. 3. Široká divácká základna true crime.

**Strategie a kreativa:**

Zvolili jsme strategii „Lidskost nad licencí“. Jako přímý protiklad k nezvládnuté komunikaci konkurenčních projektů jsme odmítli právní defenzivu a vsadili na naprostou otevřenost.

Radikální zodpovědnost: Namísto ignorování pocitů oběti jsme dceru pozůstalé učinili partnerem dialogu ještě před premiérou.

Vypálení rybníka kritikům: Okamžitou sebereflexí a ochotou k úpravám obsahu jsme sebrali vítr z plachet potenciálního mediálního útoku.

Transformace krize v hodnotu: Krizi jsme nevyřešili jen uhašením, ale systémovou změnou - vznikem etického panelu.

**Nástroje a aktivity:**

PR tým zde přijal netradiční roli vnitřního garanta etiky a aktivního účastníka postprodukce:

Etická revize: Umožnili jsme rodině náhled do díla a na základě jejich podnětů jsme v hotovém seriálu prosadili odstranění reálných archiválií a úpravu zneklidňujících scén.

Narativ Život po rozsudku: Vytvořili jsme nový komunikační koncept, který přerámoval kriminální senzaci v celospolečenskou osvětu skrze příběh dcery oběti.

Benefiční stvrzení závazku: Uspořádali jsme předpremiéru pro Bílý kruh bezpečí. Výtěžek potvrdil, že náš zájem o oběti je konkrétním činem, nikoliv jen PR proklamací.

**Výsledky:**

Dosáhli jsme úplného smíření tam, kde jiní vyvolali bojkot:

Smíření a poděkování: Získali jsme oficiální písemné poděkování rodiny oběti za vyslyšení jejich hlasu a úpravu seriálu.

Reputační triumf: Podařilo se nám z potenciálního fiaska vytvořit case study o sebereflexi lídra trhu. I největší kritici ocenili bezprecedentní krok úpravy obsahu v zájmu etiky, čímž jsme upevnili důvěryhodnost brandu Oneplay