

ZŁOTE SPINACZE

Pojednanie

"Pojednanie" to eksperyment społeczny w formie video. Projekt powstał jako część akcji wspierającej wejście do kin filmu "Wołyń". Premiera filmu Wojtki Smarzowskiego była szeroko komentowana w mediach. Aby wzmocnić przesłanie reżysera o tym, że film na łączyć nie dzielić stworzyliśmy niespełna 5-minutowy materiał video. Po specjalnym, przedpremierowym pokazie "Wołynia" zapytaliśmy polskoukraińskie pary jakie są ich odczucia i jak na co dzień wyglądają relacje pomiędzy ich rodzinami.

Czas realizacji: 09/2016 - 09/2016

I. Uzasadnienie zgłoszenia do kategorii konkursowej: Content Marketing - Branded Content (kategoria główna)

"Pojednanie" to projekt w którym w nieoczywisty sposób wykorzystano bardzo dobrze znaną formę - film dokumentalny. Za pomocą kreatywnego wykorzystania bardzo prostego narzędzia oglądający, przyszli widzowie kontrowersyjnego filmu "Wołyń" mogli poznać odczucia "drugiej strony" - Polaków i Ukraińców, którzy na co dzień żyją razem, tworzą rodziny, wychowują dzieci. Niespełna 5-minutowy film pokazywał, że "Wołyń", zgodnie z intencją reżysera, ma być filmem dzięki, któremu pomiędzy dwoma narodami budowane będą mosty, a nie mury.

II. Wyzwanie: określenie problemu i celu/ów do zrealizowania / opis uwarunkowań zewnętrznych i/lub wewnętrznych / wyjaśnienie szczególnego kontekstu projektu / dostępne środki finansowe (budżet).

Przygotowując się do premiery najnowszego filmu Wojtki Smarzowskiego producent, Forum Film, nie musiał martwić się brakiem zainteresowania mediów. Zarówno w mediach tradycyjnych, jak i internetowych, pojawiło się setki materiałów poświęconych nadchodzącej premierze. Niestety wiele z nich podkreślało antagonizmy pomiędzy Polakami i Ukraińcami a także

wskazywało nadchodzącą premierę jako czynnik, który może przyczynić się do pogłębienia się negatywnych stereotypów narodowościowych. W zaplanowanej kampanii reklamowej nie było miejsca na wyjaśnianie określonego przez Smarzowskiego przesłania filmu. Wojtek Smarzowski, w wielu wywiadach podkreślał, że „Wołyń” ma otworzyć dyskusję o temacie przemilczanym i przekłamanym przez historię, a Polacy i Ukraińcy powinni budować mosty, a nie mury. To zdanie zdało się ważnym insightem – to właśnie wokół niego zbudowaliśmy ideę kreatywną, a następnie koncept projektu „Pojednanie”.

III. Diagnoza: kluczowe obserwacje, które zdeterminowały obrany kierunek działań.

„Wołyń” podejmujący trudny temat oraz realizowany przez reżysera znanego z kina trudnego, okrutnego i naturalistycznego, został okrzyknięty kontrowersyjnym już na etapie produkcji. W mediach pojawiło się setki materiałów dotyczących filmu. Wiele z nich podkreślało, że „Wołyń” może przyczynić się do ożywienia antagonizmów polsko-ukraińskich. Dodatkowo w mediach ukazały się setki materiałów wspierających tę tezę. Jeszcze przed zobaczeniem filmu osoby zainteresowane wybraniem się do kina bombardowane były tysiącami opinii, materiałów video, felietonów, wypowiedzi ekspertów. Większość z nich nawiązywała do faktów historycznych i przedstawiała ich różną interpretację. Zadaniem projektu „Pojednanie” nie było zaprezentowanie faktów historycznych. Dokument miał za zadanie pokazać, że pomimo bardzo trudnej przeszłości Ukraińcy i Polacy nie muszą być antagonistami, i że mogą budować mosty, a nie mury.

IV. Strategia: opis obranego podejścia komunikacyjnego, główna narracja (kluczowe przekazy), logika doboru głównych narzędzi i platform komunikacyjnych, spodziewane efekty (KPIs).

Aby zrealizować założenia projektu i dotrzeć do odbiorców z naszym przesłaniem dotyczącym filmu „Wołyń” zrealizowaliśmy dokument „Pojednanie”. Do udziału w projekcie zaprosiliśmy polsko-ukraińskie małżeństwa i pary. Specjalnie dla nich zrealizowaliśmy przedpremierowy pokaz filmu „Wołyń”. Następnie nagraliśmy ich wypowiedzi na temat najnowszego filmu Smarzowskiego. Aby zrównoważyć negatywny wydźwięk informacji pojawiających się w mediach stworzyliśmy materiał, który pokazywał, że pomimo trudnego dziedzictwa historycznego i wielu nierozwiązanych kwestii, Ukraińcy i Polacy mogą żyć w zgodzie i wzajemnym szacunku.

V. Realizacja: plan projektu ze szczególnym uwzględnieniem działań niestandardowych.

Film został opublikowany na Facebooku i YouTubie. Jego kopię otrzymali również dziennikarze akredytowani przy Festiwalu Filmowym w Gdyni, gdzie prezentowany był „Wołyń”. Informację prasową dotyczącą projektu otrzymali także dziennikarze społeczni i newsowi

VI. Wynik: uwiarygodniony i weryfikowalny opis zrealizowanych zamierzeń i celów.(W tym polu można wyjątkowo zamieszczać linki do źródeł, które odnoszą się wyłącznie do danych dokumentujących Projekt)

„Pojednanie” z budżetem produkcyjnym w wysokości niespełna 30 000 PLN i bez budżetu mediowego wsparło promocję „Wołynia” pozyskanymi mediami o zasięgu ok. 1 150 000 odbiorców. Tylko na YouTube materiał został odtworzony ponad 75 tys. razy. O projekcie dyskutowano na antenie Polsat News i TVN24. Dokument stał się również integralną częścią filmu Smarzowskiego, swoistym post scriptum „Wołynia”. „Pojednanie” wyświetlano przed wybranymi seansami kinowymi. Pięciominutowy dokument trafił również jako dodatek do filmu na DVD i Blu-Ray. Przykładowe materiały mediowe:

Nowy Dzień (Polsat News): <https://www.facebook.com/IsobarPoland/videos/10154611056580799/>

Gazeta.pl: <http://kobieta.gazeta.pl/kobieta/7,107881,20800010,wesele-w-wolyniu-bardzo-przypominalonasze-polsko-ukrainskie.html>

Nowymarketing: <http://nowymarketing.pl/a/10928,reklama-dnia-wolyn-nie-powinien-dzielic-kampaniawokol-najnowszego-filmu-wojciecha-smarzowskiego>

Case study projektu: <https://www.youtube.com/watch?v=FXUWckfVQwc&feature=youtu.be>