



HRVATSKA UDRUGA ZA
ODNOSE S JAVNOŠĆU

16. dodjela nagrada HUOJ-a: Grand Prix 2023.

Kategorija: Grand Prix za organizaciju i komunikaciju događaja

Naziv projekta: **Muzej realnosti: „U svjetlu mogućnosti“**

Agencija: Ured UNICEF-a za Hrvatsku i agencija 404

Razdoblje realizacije projekta: od 10. siječnja do 20. ožujka 2022.

OPIS PROJEKTA

Analiza situacije: Više od 54000 djece u Hrvatskoj odrasta s teškoćama u razvoju, a za mnoge od njih usluge koje su im potrebne još uvijek nisu dostupne - nemaju podršku stručnjaka, suočena su s preprekama u razvoju te ostaju „isključena“ iz društva. Jedan od ključnih izazova su „nevidljive“ prepreke - stigma i diskriminacija. Djeca s teškoćama često ostaju „nevidljiva“ te se njihova prava i potrebe ne prepoznaju se kao prioritet. Javnim kampanjama usmjerenim na mogućnosti djece s teškoćama, UNICEF utječe na stavove te gradi svijest o važnosti stvaranja jednakih mogućnosti za svako dijete, kao temelj za bolje društvo.

Opći cilj bio približiti javnosti važnost podrške djeci s teškoćama u razvoju od najranije dobi. **Specifični ciljevi bili su:** ostvariti 5000 posjetitelja; barem 10 radio reportaža i priloga na regionalnim/lokalnim TV postajama; barem 50 medijskih objava; doseg na društvenim mrežama 50000 i barem 10 angažiranih ključnih dionika, Ambasadora i podržavatelja UNICEF-a

Provedba: Nacionalnom kampanjom Pretvorimo teškoće u mogućnosti tijekom 2020. i 2021. UNICEF je okupio donatore, stručnjake, roditelje i donositelje odluka kako bi podržali bolji život djece s teškoćama u razvoju. Osigurana su sredstva za senzorne kabinete, osposobljavanje terapeuta te usluge dnevnog boravka i psihosocijalne podrške. UNICEF-ov Muzej realnosti bio je nadogradnja kampanje, s ciljem osvještavanja i utjecanja na stavove šire javnosti, kako bi na djecu s teškoćama u razvoju počeli gledati više kroz „prizmu“ mogućnosti i potencijala, a ne teškoća. Unatoč jačanju svijesti kroz medije i društvene mreže, nerijetko su ljudi na promjene spremniji kada sami nešto dožive. U pripremu Muzeja i prateće komunikacije od početka je bio uključen stručni tim centra Mali dom, a korišteni su uvidi i iskustva obitelji djece s teškoćama i same djece, prikupljeni kroz dvogodišnju kampanju.

Učinak i vrijednost uspješne komunikacije: ostvareno 9000 posjetitelja; 12 radio reportaža i priloga na regionalnim/lokalnim TV postajama; 50 medijskih objava; doseg na društvenim mrežama 61000 i 15 angažiranih ključnih dionika, Ambasadora i podržavatelja UNICEF-a. Podrška medija Muzeju također doprinosi širokom prenošenju poruka o važnosti osiguravanja ravnopravnih životnih uvjeta za svako dijete. U prvoj godini medijske objave dosegle su više od 3 milijuna ljudi, a u narednim godinama zabilježena je također visoka razina medijskog dosega. Uz svoju humanitarnu funkciju, koja uključuje utjecanje na stavove i zagovaranje s ciljem pokretanja pozitivnih promjena za najranjiviju djecu, Muzej realnosti ujedno obogaćuje i kulturnu, edukativnu i turističku ponudu Zagreba i Hrvatske.

Kreativnost i inovativnost: Muzej realnosti je iskustvena platforma u kojoj posjetitelji imaju priliku „stati u cipele“ drugih, doživjeti drugačije stvarnosti te preispitati svoje stavove, čime već mogu postati „dio rješenja“. UNICEF je 2015. predstavio Muzej realnosti, kao prvi „muzej“ takve vrste u svijetu. Muzej realnosti je iskustvena platforma za senzibiliziranje javnosti o nejednakostima i mogućnostima za poboljšanje prilika za najranjiviju djecu. Muzej se tri godine održavao u Muzeju iluzija, 2018. u tunelu Grič na Adventu, a 2022. na Festivalu svjetla. Pozitivne reakcije posjetitelja (39 tisuća ljudi u 5 izdanja) i drugih važnih dionika tijekom pokazuju se da ovaj projekt doprinosi podizanju svijesti o važnim temama za djecu te nastavlja privlačiti pozornost unutar i izvan granica Hrvatske.